Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Estudios de Posgrado

Escuela de Estudios de Posgrado

Especialización en Dirección Estratégica de Marketing

Proyecto
Trabajo Final de Especialización

Plan de marketing para posicionamiento de marca personal del DJ Bigfett para el año de 2023

Autor: Maria Lorena Seabra do Nascimento

Tutor: Cecilia Malosetti

2023

Agradecimientos

Quisiera agradecer profundamente a todas las personas que contribuyeron y me apoyaron en la construcción de este proyecto. Este plan de marketing fue un proceso de esfuerzo y mucho deseo de crear un trabajo significativo para el DJ Bigfett.

Agradezco a Davi Cardoso, el DJ Bigfett, por confiar en mí trabajo y por disponibilizar todas las informaciones personales y profesionales necesarias para el desarrollo de este plan de marketing y todas las estrategias involucradas. Su visión, talento y colaboración fueron fundamentales para la creación integral de este plan.

Un agradecimiento especial a mis padres y a mi hermana, que me apoyaron desde lejos en este periodo que estuve en Argentina para lograr estudiar, mejorar mis conocimientos en el castellano y concluir esta especialización.

También quiero agradecer a todos los profesores de esta especialización, que me enseñaron temáticas esenciales para el cumplimiento de este proyecto y que servirán para mi carrera profesional.

Por último, agradezco a Cecilia Malosetti, por su colaboración y acompañamiento como tutora para guiarme en la elaboración de este proyecto.

Resumen Ejecutivo

El objetivo del proyecto consiste en desarrollar el posicionamiento de marca personal del DJ Bigfett para el año de 2023. Los objetivos principales para el período de un año son: aumentar en 30% la presencia en mercados internacionales a través de eventos y colaboraciones estratégicas; lograr un aumento de 100% de seguidores en las redes sociales Instagram y Tiktok; alcanzar un aumento de 400% en las reproducciones mensuales en la plataforma Spotify, para tener un promedio de 100 mil oyentes mensuales; lograr un aumento de 50% en los ingresos anuales a través de sus conciertos. Para el período de 6 meses el objetivo es incrementar en un 20% la interacción en las redes sociales, medida por likes, comentarios y compartidos.

Serán utilizadas técnicas y metodologías de marketing personal y comunicación para promover el nombre del DJ y hacer con que sus objetivos generales y específicos sean logrados en el año de 2023. Para realizar el proyecto, serán analizadas las estadísticas de plataformas en línea para evaluar el alcance y la repercusión de sus producciones musicales en plataformas como: Spotify, Youtube, SoundCloud, Instagram y Beatport. Los indicadores clave para el proyecto son los seguidores en redes sociales, reproducciones en Spotify, ingresos por conciertos, colaboraciones y visibilidad internacional.

A partir de los resultados obtenidos por la pesquisa, será evaluado a partir de los objetivos generales y específicos cuáles son los mejores medios para comunicarse y las estrategias de posicionamiento e inversión más adecuadas para alcanzar sus metas. Estos resultados proporcionarán una mejor comprensión de cómo el DJ está alcanzando los oyentes, cuáles son los medios que deben tener más acciones de marketing y qué acciones deben ser hechas o no hechas en publicidad. En suma, este proyecto se fundamenta en el análisis de las estadísticas y la implementación de estrategias de marketing personalizadas, con el objetivo de potenciar la carrera del DJ Bigfett y asegurar que alcance sus objetivos para el año 2023.

Índice

Introducción **6**
Contexto del Mercado Actual 6
Oportunidad **7**
Aportes del trabajo 7
Objetivos **8**
Objetivo General 8
Objetivos Específicos 8
Análisis del Contexto **8**
Análisis del Consumidor 8
Análisis de Presencia Digital 12
Análisis de Identidad 17
Análisis FODA 20
Conclusiones del análisis FODA 21
Análisis de la Competencia 21
Análisis PESTA 22
Análisis Ambiental 24
Análisis de Mercado 25
Marco Referencial **26**
Presentación de Objeto de Estudio 26
Estado de Arte 26
Marketing 27
Marketing Personal 27
Posicionamiento de Mercado 28
Técnicas de Comunicación 28
Perspectiva Propia 29
Objetivos del Negocio **29**
Misión 29
Visión 29
Valores 30
Objetivos de Posicionamiento 30
Objetivos Económicos 30
Investigación **31**
Objetivo de la Investigación 31
Muestra 31
Técnicas de Investigación 32
Resultados de la Investigación 34
Base Estratégica **38**

Posicionamiento de Marca..... 39
Segmentación y Target..... 39
Portaretrato del consumidor..... 40
Insight de Consumidor..... 41
Propósito de Marca/Posicionamiento Declarado..... 41
Convicción de Marca..... 41
Territorio de Marca..... 42
Personalidad y Tono de Marca..... 42
Escalera de Beneficios..... 42
Estrategias de Crecimiento..... 43
Factores Clave de Éxito de la Estrategia..... 43
Definición de Objetivos Estratégicos Cuantificables..... 44
Objetivos Específicos SMART..... 44
Medición del KPI para el éxito..... 44
Viabilidad..... 45
Marketing Mix..... 47
Producto/Servicio..... 47
Precio..... 50
Plaza..... 52
3 P's de Servicio..... 54
Promoción..... 54
Estrategia de Comunicación..... 55
Objetivo de Comunicación..... 55
Ejes Comunicacionales..... 56
Estrategia de Contenido..... 56
Modo de Acción (Plan Táctico)..... 58
Plan de Medios..... 58
Customer Journey Map..... 60
Cronograma..... 63
Presupuesto..... 64
Profit & Loss - Declaración de Ganancias y Pérdidas..... 66
Herramientas de Seguimiento y Control..... 68
Consideraciones Finales..... 71
Bibliografía..... 73

Introducción

Contexto del Mercado Actual

El mercado de la música electrónica actual es indiscutiblemente tecnológico, los artistas aparte de su trabajo estándar, tienen que enfocarse en seguir, comprender y adaptarse a los cambios en el mercado, en los ámbitos culturales, digitales y económicos. Las plataformas de *streaming* de música y vídeos actualizaron la manera en que los lanzamientos musicales son presentados y divulgados, como también la manera que la música electrónica es consumida.

La música electrónica cada vez más está tomando espacio y creciendo en todo el mundo, antes solía ser muy selectiva en términos de producción, ya que producir música de alta calidad requería equipos caros y formación especializada. Hoy el panorama es distinto: con los avances tecnológicos, el fácil acceso a la información, las escuelas de producción musical, los cursos en línea y los tutoriales en una gran variedad de idiomas son cada vez más populares. Eso facilita para que los productores musicales puedan aprender a crear música de forma más accesible, lo que genera un gran crecimiento de DJs en el escenario musical. La aparición de plataformas de streaming como Spotify y Soundcloud han contribuido en el crecimiento de este mercado. Los derechos autorales de las canciones también permiten a los artistas invertir en mejores equipos y programas para destacar en un mercado cada vez más competitivo.

La música electrónica en los últimos años tuvo un crecimiento masivo a nivel mundial en lo que aborda creaciones visuales, los conciertos y festivales cada vez más poseen pantallas gigantes con exposiciones visuales. Son utilizados colores e imágenes que tienen conexiones coordinadas y sintonía con la música tocada, a fin de crear una conexión más personal con el público. Eso es una manera del arte ser expuesto de manera más completa en los eventos de música electrónica de todo el mundo. En efecto, esta cuestión hace que más personas se presenten a eventos de música electrónica, visto que, buscan experiencias audiovisuales y sonoras en simultáneo, como también, hay público que frecuenta los eventos solamente para disfrutar de los visuales.

Oportunidad

Con la innovación tecnológica y el aumento de utilización de redes sociales, los artistas necesitan tener buena presencia en los medios de comunicación donde su audiencia está localizada, visto que las plataformas de difusión de música facilitan que el trabajo de un artista tenga alcance global. De esta manera, es necesario verificar cuáles son las plataformas y redes sociales que son relevantes para la presencia del DJ Bigfett, al comprender dónde su audiencia está ubicada, se hace más fácil y efectivo los trabajos de marketing y divulgaciones. Aparte de las tareas de divulgación, la presencia en redes sociales facilita la creación de comunidades y el acercamiento al público, como también un *feedback* más directo y rápido de su audiencia.

Aparte de lo que aborda imágen y posicionamiento, los DJ's hoy por hoy tienen acceso a softwares y hardwares musicales evolucionados e innovadores. Este punto facilita la ascensión y crecimiento profesional de los músicos en cuestión de calidad de producción y facilidad en producir sus canciones y también en lo que se trata de producciones visuales en los conciertos y festivales.

Aportes del trabajo

El presente trabajo pretende crear un sólido marketing personal para el DJ Bigfett como marca. Con este trabajo, será posible verificar las acciones necesarias y efectivas para planificar todo el proceso de creación de una marca personal y difusión de imágen. El mercado de música electrónica está saturado de artistas, de esta manera se hace necesario la inversión en la consolidación de un imágen personal.

Serán utilizadas algunas preguntas para desarrollar y hacer un seguimiento del trabajo, que son las siguientes: ¿Cuáles plataformas y redes sociales el DJ Bigfett debe estar presente para difundir sus producciones?; ¿Cuál es el diferencial del DJ en relación a otros DJs del mismo nicho?; ¿De dónde son y cuál es el perfil de su audiencia?; ¿Qué inversiones en publicidad y acciones de marketing necesitan ser hechas para mejorar el posicionamiento del DJ?; ¿Qué quiere transmitir el DJ con su imagen y música?.

Objetivos

Objetivo General

Medir el KPI de la imágen del DJ Bigfett en el contexto de la escena de la música electrónica para que sea reconocido en este mercado.

Objetivos Específicos

- Analizar cómo el DJ es reconocido hoy por hoy en Spotify y otras plataformas de música y por quienes quiere ser reconocido.
- Analizar cómo se posicionan otros DJs del mismo nicho.
- Analizar cómo aparece el nombre del DJ en las redes sociales en las búsquedas.
- Evaluar cuáles son los medios utilizados para que se pueda alcanzar reconocimiento de las grabadoras musicales y de los oyentes.

Análisis del Contexto

Análisis del Consumidor

Se caracteriza como audiencia de este caso, personas que consumen el contenido del DJ Bigfett en las redes sociales, sus oyentes mensuales fijos, oyentes esporádicos y personas que van a los conciertos que el mismo se presenta. Su público son hombres y mujeres de 18 a 34 años, principalmente brasileños y argentinos que escuchan música electrónica, más específicamente el techno melódico. Son personas jóvenes que buscan estar siempre actualizadas con las nuevas canciones de música electrónica, y les agrada producciones innovadoras y distintas de lo que ya hay disponible en las plataformas musicales. Siempre salen a disfrutar fiestas y *clubs* junto a sus amigos, buscan diversión conectada con la música.

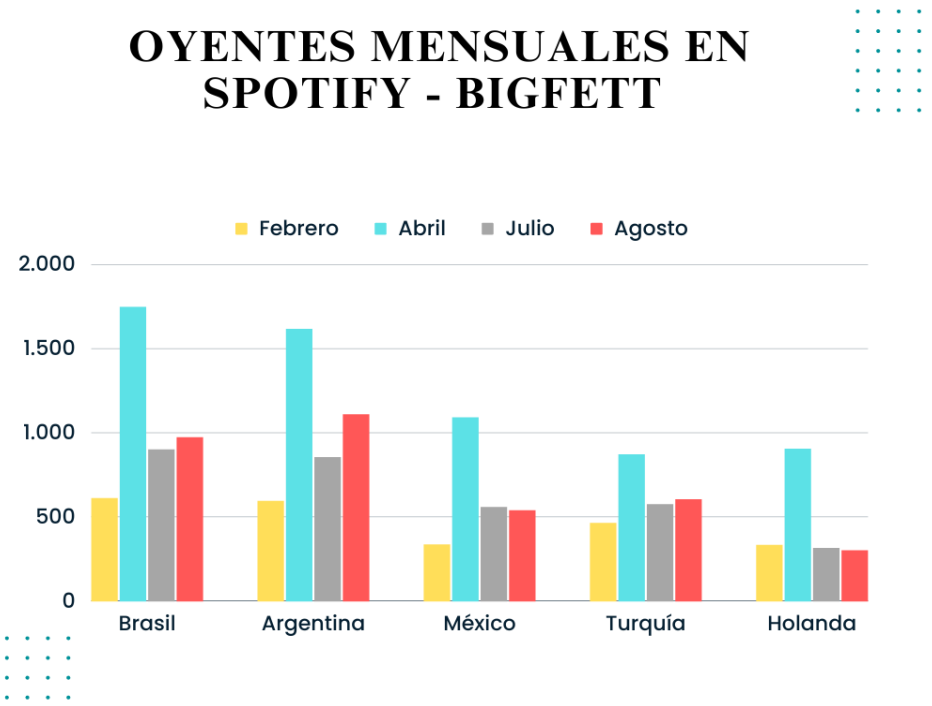
La audiencia del DJ está presente en las principales redes sociales, como: Tik Tok, Instagram y X. Como también, en las plataformas de *streaming* de música Spotify, Youtube y SoundCloud. Son personas que normalmente escuchan sus canciones y producciones musicales, pero no interactúan mucho entre sí o con el artista. Así mismo, tienen expectativas

en cuanto a nuevos lanzamientos y divulgaciones de conciertos en nuevos países. Aparte del consumo de música de manera *online*, también son personas que valoran asiduamente los conciertos en vivo y grandes festivales. Por otra parte, el artista siempre interactúa con sus seguidores y oyentes, respondiendo comentarios y haciendo conexiones vía redes sociales. Así como, creó en una plataforma de email marketing, una opción de suscripción en la cuál él envía todos sus lanzamientos musicales, contenido exclusivo, próximos eventos e informaciones importantes que quiera pasar a su audiencia.

Para evaluar dónde está ubicada su audiencia, fue verificado sus oyentes mensuales en Spotify, visto que es la principal plataforma de negocio del DJ, dónde está concentrado la mayor cantidad de oyentes de sus canciones y es el medio en cuál los artistas difunden más asiduamente sus lanzamientos.

Figura 1

Gráfico de oyentes mensuales del DJ Bigfett en Spotify



Fuente: Tomada de Spotify for Artists, 2023, Spotify for Artists (https://artists.spotify.com/c/es-419/artist/7x68cYMeDnvneRvfFyEyae/audience/segments).

A partir del gráfico expuesto en la Figura 1, es posible verificar que el artista tiene más presencia en Latino América en los primeros 2 (dos) cuatrimestres de 2023, seguidamente tiene más presencia en países puntuales y de distintos continentes, como México, Turquía y Holanda, por ejemplo. Eso puede ser explicado por algunas razones:

- Algoritmo de Spotify y Playlists: Es una herramienta que distribuye las canciones en playlist de todo el mundo, lo que hace con que las canciones del DJ sean más divulgadas en distintos países. Así como, otros DJs reconocidos en este medio que poseen Playlists, también agregan las canciones de Bigfett, lo que aumenta la exposición del DJ a nuevos oyentes.

  Como podemos ver en la Figura 2, en los últimos 2 años el 77% de la audiencia del DJ en Spotify fue a partir de audiencia programada, que sería oyentes que lo escuchan por playlists terceras. Eso es un punto importante, visto que las personas están dispuestas a conocer nuevos contenidos en Spotify, y es importante que el DJ siga enfocando en poner sus canciones en distintas playlists de la plataforma. Las canciones del artista pueden ser agregadas a una playlist de manera sin estar involucrado en el proceso, sino, puede ser a partir del contacto con los organizadores de la playlist.

Figura 2

Audiencia del DJ Bigfett en Spotify

Fuente: Tomada de Spotify for Artists, 2023, Spotify for Artists (https://artists.spotify.com/c/es-419/artist/7x68cYMeDnvneRvfFyEyae/audience/segments).

- Búsqueda en plataformas musicales: Una posibilidad de encontrar las canciones del DJ es a través de búsquedas de palabras que están presentes en los nombres de sus producciones.
- Colaboraciones y lanzamientos en grabadoras musicales: El artista hace colaboraciones con otros DJs y lanza su música en diversas grabadoras de todo el mundo, que son muy reconocidas en el escenario de la música electrónica. Esto hace con que sus canciones tengan un alcance mundial y vasto, alcanzando a nuevos públicos internacionales a partir de los seguidores de los otros artistas y de las grabadoras.

- Género Techno Melódico: El subgénero del Techno, el Techno Melódico, está en gran ascensión en todo el mundo. Como el DJ produce música de calidad y de una manera profesional, es posible ganar una audiencia de oyentes en escala mundial, visto que las personas que escuchan música electrónica, normalmente escuchan artistas de distintos países.
- Redes Sociales: En este momento, Bigfett invierte en publicidad de manera esporádica, para cuándo divulga sus canciones nuevas o sus conciertos más importantes. De este modo, eso puede generar audiencia de diferentes ciudades y países, y atraer nuevos oyentes.
- Contenido en redes sociales: El DJ está constantemente agregando contenido a sus redes sociales, sin embargo, solamente agrega contenidos de calidad y relevantes para la escena, lo que puede aumentar su audiencia. Los contenidos pueden ser acerca de la creación de una canción, sus conexiones con otros DJs o sobre el proceso de entrada en una grabadora.

Análisis de Presencia Digital

- **Redes Sociales**

El artista está presente en las redes sociales Instagram, X, Youtube, SoundCloud y TikTok, como también en la plataforma de streaming Spotify. En todas las redes sociales que el DJ está presente, utiliza el mismo nombre, colores y descripciones, manteniendo las informaciones actualizadas y fieles entre sí.

La principal red social que el DJ utiliza para comunicarse con su audiencia es Instagram. Entre 31 de mayo de 2023 y 28 de agosto de 2023, su cuenta de Instagram tuvo el logro de 100.248 cuentas alcanzadas, de los cuales 91,6% vinieron a partir de anuncios, con un total de 331.934 impresiones. Su audiencia de Instagram es principalmente de Brasil (en las ciudades de Recife y São Paulo) y en Argentinas (en las ciudades de Buenos Aires y Córdoba). Las interacciones de su perfil de Instagram tienen un 11,6% proveniente de anuncios.

Entre mayo de 2023 y agosto del mismo año, el artista tuvo un crecimiento de 30,9% en el número de seguidores en Instagram. Este crecimiento se deriva de los numerosos

lanzamientos musicales en grabadoras importantes de la escena, como también, a los conciertos realizados en ciudades de Brasil y Argentina en el período. Uno de los principales conciertos en este período fue en concierto realizado en la ciudad de Mar del Plata en Argentina, el 21 de Julio. El DJ fue invitado por la DJ Headliner del evento, la Miss Monique, en el evento Miss Monique Friends Day. Este evento fue un marco para su carrera, visto que fue el primer concierto internacional que él participó como artista, así como, marca una fuerte relación profesional con otros artistas que lo soportan.

El alcance de la página de Instagram del artista en el periodo de mayo y agosto de 2023 aumentó en un 70,9% entre sus seguidores y un 314% entre personas que no lo siguen, eso deriva del hecho de que el DJ hizo publicaciones relevantes para su carrera, como la divulgación de conciertos importantes. En Septiembre de 2023 el DJ fue invitado a un tour de 3 conciertos en India, lo que marca su primer concierto en un continente distinto de Latino América. En octubre de 2023, el DJ fue invitado a participar del festival Tomorrowland Brasil en la ciudad de São Paulo (Brasil). Seguramente el concierto más importante del año, ya que Tomorrowland es un festival originario de Bélgica y conocido en todo el mundo como el festival más grande de música electrónica, en cuestión de número de participantes y alcance. Eso significa que sus acciones de marketing, *networking* y gerenciamiento de carrera están alcanzando altos niveles de alcance.

La presencia del DJ en las redes sociales es constante, él divulga fotos de sus conciertos o photoshoots hechos para su portfolio profesional, vídeos de sus conciertos o de otros DJs tocando sus canciones en diversos eventos por todo el mundo. Por la audiencia del DJ ser de diversas localidades del mundo, él utiliza un lenguaje sencillo y humanizado en sus publicaciones, en el idioma inglés, visto que es un idioma más general entre su público y el público de la música electrónica.

Las redes sociales también son utilizadas para mantener una conexión más cercana con sus seguidores, oyentes y personas interesadas en su contenido. El Dj valora el mantenimiento del contacto con otros DJs del medio y hacer conexiones cercanas para que pueda facilitar su trabajo. La divulgación de sus próximos conciertos es una manera de mantenerse activo y hacer con que el público tenga ganas de verlo en su ciudad o dónde puedan viajar a verlo, como también, la divulgación de sus próximos lanzamientos.

Figura 3

Publicación de su agenda de conciertos y álbumes

Fuente: Tomada de Instagram, 2023, Instagram Bigfett (https://www.instagram.com/p/CuCc9M0g22-/?img_index=2).

Algunos de sus trabajos fueron reconocidos por DJs bien posicionados en la escena, que lo ayudaron a encontrar grabadoras para el lanzamiento de sus canciones. Como también, lo soportan de una manera significativa cuando tocan sus canciones en conciertos en todo el mundo. Hacer colaboraciones con otros artistas, grabadoras y promotores de eventos puede abrir puertas a nuevas oportunidades, como la posibilidad de actuar en eventos destacados.

- **Entrevistas**

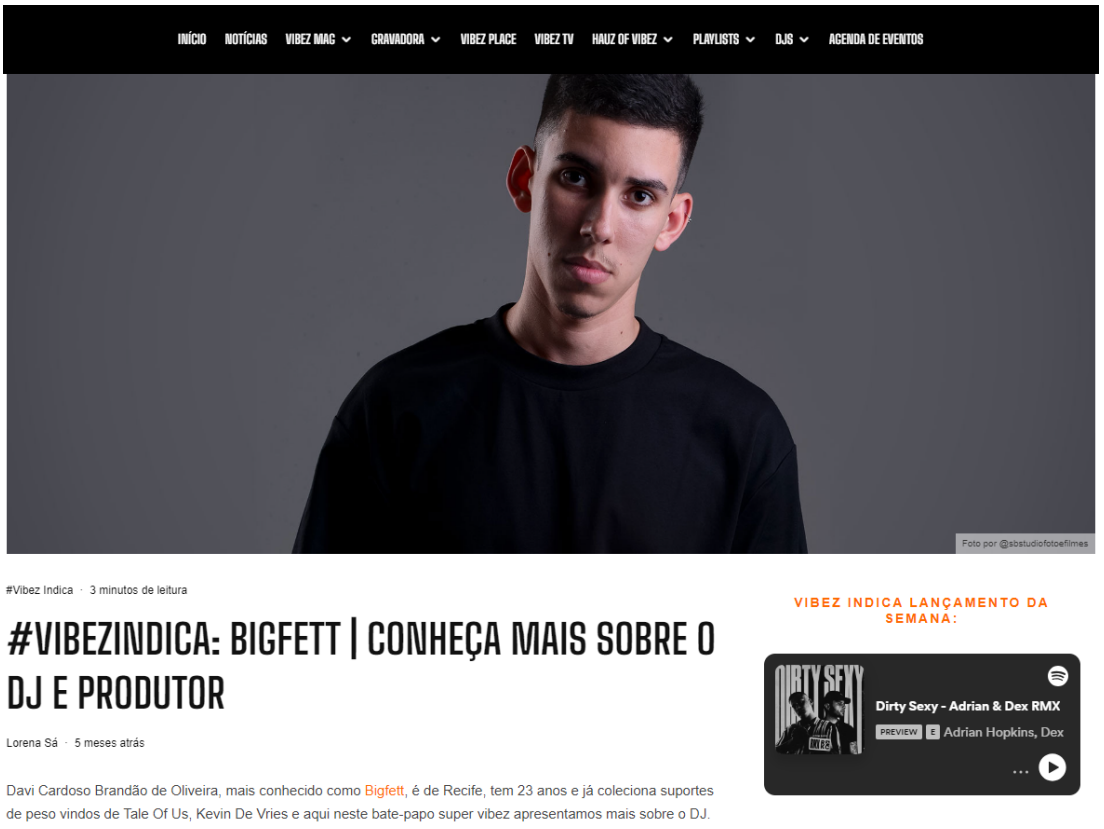
Además de la utilización de publicaciones en redes sociales para comunicación y posicionamiento, el DJ también apareció en perfiles de Instagram de páginas relacionadas a

música electrónica que hacen entrevistas con artistas. El DJ participó de algunas entrevistas en revistas muy conocidas en el medio de la música electrónica en Brasil, como: DJ Mag Brasil; Atalaj; Play BPM y Eletrovibez. Las entrevistas son una fuerte herramienta de comunicación, sirve para conectar con los fans, promocionarse, ganar visibilidad y promocionar sus lanzamientos. A través de las entrevistas, el DJ puede dar forma a su narrativa y definir su marca personal. Puede compartir sus historias e influencias musicales, lo que puede ayudar a construir una imagen coherente y auténtica. Una narrativa sólida e innovadora puede diferenciar el DJ en medio de un mercado saturado y ayudar a los oyentes a entender su identidad artística.

Las entrevistas permiten que los oyentes conozcan al DJ en un nivel más personal. Los oyentes pueden identificarse con las experiencias y las historias del DJ, lo que crea un vínculo emocional más fuerte. Esta conexión puede llevar a una base de seguidores leales y comprometidos, ya que se sienten más cercanos al artista. Como también, esta herramienta ofrece una plataforma para que el DJ llegue a audiencias más amplias, lo que facilita para promocionar nuevos lanzamiento, visto que la divulgación a partir de más medios hace que el lanzamiento sea más efectivo.

Figura 4

Publicación en el blog EletroVibez



Fuente: Tomada de EletroVibez, 2023, #VIBEZINDICA: BIGFETT (https://eletrovibez.com/vibezindica-bigfett-conheca-mais-sobre-o-dj-e-produtor/).

Los medios de comunicación tienen seguidores fieles, lo que brinda al DJ la oportunidad de ganar exposición a nuevas personas que podrían convertirse en fans. La promoción a través de entrevistas también puede aumentar la visibilidad *online* y ayudar a mejorar la presencia en redes sociales. Así como, brindan la oportunidad de conectarse con otros profesionales de la industria. Ser invitado a dar entrevistas demuestra que el DJ es una figura relevante en la escena electrónica, esto puede aumentar su credibilidad y prestigio en la industria. El reconocimiento público a través de entrevistas puede llevar a más oportunidades y fortalecer la posición del DJ como un artista influyente.

Análisis de Identidad

- **Identidad Musical**

El DJ Bigfett es un artista que tiene su estilo musical bien definido, produce música del estilo techno melódico, con elementos graves y armónicos. Es un DJ que invierte en conocimientos musicales, a fin de tener calidad en sus producciones, mostrando un constante crecimiento profesional en su trabajo a partir de los lanzamientos de música y las conexiones hechas con otros DJ, productoras de eventos y grabadoras musicales. Aparte de la parte práctica de su trabajo, es un artista que demuestra un lenguaje humanizado cuándo se trata de mostrarse como profesional, incentivando siempre a sus seguidores a seguir en sus sueños.

El artista cuenta con más de 10 años de experiencia musical, como DJ y como DÚO, anteriormente junto a su hermano. Los años de experiencia del DJ fueron necesarios para el alcanzamiento del suceso y carga de conocimientos que posee hoy por hoy.

- **Identidad Visual**

El artista utiliza principalmente indumentaria negra, con remeras o buzos con diseño moderno y con frases involucradas con la escena de música electrónica o el universo joven y digital. Las remeras son utilizadas de manera estratégica, ya que en todos los conciertos hay videos que son grabados de la parte trasera del escenario. Después de los conciertos, el DJ recibe consultas de fans y seguidores, a fin de verificar dónde pueden adquirir los modelos de remeras. Eso es una manera de crear lazos y conexión con marcas de ropa que tengas el objetivo de patrocinar con sus productos y crear alianzas de negocio, con empresas que comparten los mismos valores y estética.

Figura 5

Indumentaria negra con diseños modernos

Fuente: Tomada de Instagram, 2023, Instagram Bigfett (https://www.instagram.com/p/CvDeVRoAMfK/?img_index=3).

El artista posee un logo, lo cuál utiliza en todos los conciertos, el logo es su nombre artístico "Bigfett" y está compuesto de una fuente sencilla y en color blanco.

Figura 6

Logo del artista Bigfett

Fuente: Tomada de Instagram, 2023, Instagram Bigfett (https://www.instagram.com/p/Cwp0wfagRCx/?img_index=1).

En los eventos, son utilizados visuales en una pantalla gigante en el escenario, lo que funciona como una manera de conectar con el público y crear una experiencia audiovisual que acerca el público del artista y hace con que sea posible la realización de grabación de videos para divulgación en las redes sociales.

Análisis FODA

Tabla 1 - Análisis FODA

Fortalezas	**Oportunidades**
• Producciones de gran calidad musical. • Soporte y reconocimiento de otros artistas importantes de la escena de la música electrónica. • Conexión con otros artistas, grabadoras y productoras de eventos reconocidas. • Experiencia de 10 años en la producción musical. • Gerenciamiento de carrera con una empresa especializada en artistas.	• Seguimiento de las tendencias actuales de producción musical. • Posibilidad de colaboración con otros artistas. • Participación en diversos eventos y festivales nacionales e internacionales. • Crecimiento de la audiencia en redes sociales y plataformas de streaming musical. • Facilidad de comunicación y divulgación de los lanzamientos en las redes sociales, a partir de anuncios.
Debilidades	**Amenazas**
• No tiene muchos seguidores/oyentes que interactúan constantemente. • Estilo musical no innovador y saturado. • Bajo enfoque en su identidad visual. • Falta de presencia en otras redes sociales. • Dependencia de otros artistas para hacer colaboraciones y divulgaciones de sus canciones. • Poco enfoque en marketing digital.	• Saturación del mercado de artistas de la música electrónica. • Imprevisibilidad de nuevos conciertos importantes. • Copia de su trabajo por otros artistas. • Restricciones de eventos como el caso del COVID-19. • Imprevisibilidad de los algoritmos de las redes sociales.

Fuente: Propia

Conclusiones del análisis FODA

Basándose en el análisis hecho, es posible verificar que el DJ tiene mucha fuerza en cuestiones de calidad de su trabajo y reconocimiento en la industria actual de música electrónica, lo que es muy importante para crear una base sólida en este mercado. Tiene facilidad de comunicación con su audiencia y compañeros de profesión, lo cual es una ventaja que facilita una mayor conexión con el mercado de la música electrónica en ámbito mundial. Como también, el crecimiento de su presencia en eventos, festivales y grabadoras reconocidas en la escena, hace que el artista tenga un mejor posicionamiento en la industria musical y una base más fiel de fans. Aparte de proporcionar más visibilidad al DJ, también demuestra su talento y habilidad en la música electrónica.

Por otra parte, es necesario trabajar los aspectos de diferenciación de sus producciones musicales, visto que el mercado está saturado de muchos artistas que producen músicas similares. Así que, es indicado que el DJ produzca canciones con elementos que se construyan como su identidad musical para fácil distinción de los demás. Como también, es importante tener más enfoque en lo que trata de imágen, posicionamiento y presencia digital.

Análisis de la Competencia

El artista Bigfett posee pocos DJs que son su competencia a nivel directo, sin embargo, a nivel nacional, de mismo nivel de crecimiento y posicionamiento de mercado, el DJ PACS es considerado su principal competencia.

PACS es un DJ de 25 años de la ciudad de Rio de Janeiro en Brasil, el mismo tiene 15 años de experiencia como pianista, lo que agrega valor a sus melodías electrónicas. En el año de 2023 fue incluido en el ranking de los 50 mejores DJs Underground de Brasil por la prestigiosa revista "House Mag". Es DJ residente en Ame Club y UP Club, clubes muy conocidos en Brasil en el ámbito de la música electrónica, por su calidad sonora y por recibir DJs internacionales y nacionales muy importantes para la escena. En sus producciones, PACS ya ha obtenido el apoyo de algunos de los nombres más importantes de la escena mundial de música electrónica de Melodic Techno, como el icónico dúo Tale Of Us, Kevin De Vries y Massano. Lo que demuestra que es un artista muy reconocido en su entorno.

El artista PACS tiene una media de 27.685 oyentes mensuales en Spotify, mientras Bigfett posee 26.438 en el mismo período, entre Agosto y Septiembre de 2023. Los oyentes de PACS son mayormente de Brasil y Argentina, no alcanzando otros países, como es el caso de Bigfett.

Los dos DJs utilizan las mismas redes sociales para alcanzar su público: Spotify, SoundCloud, Instagram, X y TikTok. Las estrategias de marketing y publicidad son similares, lo que significa que son efectivas y alcanzan bien a su audiencia.

Análisis PESTA

Análisis Político Legal

Las regulaciones relacionadas a la música y a los eventos son las regulaciones que pueden afectar al DJ en su carrera profesional. Para los lanzamientos de canciones, los artistas tienen que seguir las normas de derechos autorales, eso quiere decir que es prohibido plagio y copias en las producciones artísticas audiovisuales. Los derechos autorales garantizan que cada vez que la canción sea utilizada o reproducida por terceros, hay monetización ganada por el titular, como también, evitar problemas legales entre artistas y productores. Así como, cambios en políticas de ventas y distribución de entradas para los eventos pueden afectar la gestión financiera de Bigfett, visto que estos cambios tienen la capacidad de afectar sus ganancias en los eventos realizados, principalmente en cuestión de cambios en los impuestos cobrados sobre las entradas y el patrocinio. Aparte de eso, es necesario que el DJ verifique si en los eventos que participa, las cuestiones de restricción de horarios y límites de aforo están en conformidad con las leyes locales, para así evitar mayores problemas que no están directamente relacionados con su trabajo como DJ.

Los contratos de prestación de servicio en los eventos, los lanzamientos de canciones por grabadoras, las colaboraciones con otros artistas, los patrocinadores y acuerdos con productores de fiestas son puntos que pueden afectar al DJ. Es fundamental estar en concordancia con las disposiciones informadas en los acuerdos hechos, como también, mostrarse interesado en comprender lo que está en acuerdo, para evitar futuros malentendidos que pueden afectar la carrera del artista.

Análisis Económicos

La presencia del DJ en grandes eventos y eventos internacionales es un punto importante a ser analizado. Este factor hace que los costos y ganancias del DJ cambien de manera impredecible, visto que, las tasas de cambios e impuestos cobrados por cambios son volátiles, por eso es importante el DJ estar preparado para gestionar el riesgo cambiario. En momentos de dificultades económicas, el público de los eventos de música electrónica puede ser reducido, visto que los gastos en eventos y música no son necesidades básicas del ser humano, sino necesidades secundarias.

Patrocinios y financiamientos para eventos y proyectos musicales pueden verse afectados por condiciones económicas generales, por eso se hace necesario tener respaldos económicos para momentos de crisis.

Análisis Social

El análisis social es un punto esencial a ser analizado en este plan de marketing. Los cambios en los gustos musicales y la preferencia de la audiencia pueden influir en la demanda del consumo de las producciones del DJ Bigfett y en su estilo musical. Como el artista está en constante actualización y aprendizaje, el mismo siempre produce canciones actualizadas y con elementos que agradan a su audiencia, sin perder su esencia como artista. Así como, Bigfett intenta cambiarse y diversificarse como DJ, para alcanzar diferentes grupos dentro de la música electrónica y aumentar su audiencia fiel. El DJ tiene una audiencia variada de edades, nacionalidades y gustos, factor muy importante para mantenerse en alta como artista.

Es esencial para un artista, comprender su audiencia, para que se pueda mejorar las acciones de marketing y comprender dónde y para quién debe apuntar su publicidad. En este caso, también para comprender lo que buscan sus fans y lo que les deja de interesar. Para el DJ Bigfett, el análisis de su audiencia en cuestiones demográficas es complejo, en función que su audiencia es de diferentes países de todo el mundo. Sin embargo, el enfoque en calidad musical y artística hace que no haya obstáculos demográficos para que sea alcanzada su música. Así como, es importante para el DJ comprender los grupos que escuchan sus canciones y sus patrones de consumo.

Análisis Tecnológico

Las plataformas de Streaming musical tienen un impacto significativo en la distribución y promoción de la música de los artistas. Este factor es un punto que está en constante análisis por el equipo del DJ, para que puedan estar pasos adelantes de los posibles cambios y mantenerse bien posicionados en estos medios.

Los avances tecnológicos en los equipos utilizados por los DJs para sus producciones musicales están en constante avance y desarrollo, lo que puede hacer con que las canciones tengan más elementos modernos que agradan al público de la música electrónica. La música electrónica, en la forma que conocemos hoy, fue creada en 1948 por el músico Pierre Schaeffer en Francia. Desde este período, la música electrónica ha tenido incontables desarrollos, gracias al avance tecnológico y la creatividad que tienen los músicos en adaptarse a nuevos modelos musicales.

El uso de redes sociales en una parte integral de la vida de las personas actualmente, de esta manera, el Dj debe aprovechar la oportunidad para estar presente en las distintas plataformas de redes sociales y streaming de música para promocionar sus creaciones musicales y actuaciones en eventos. Visto que, esta presencia es esencial para tener contacto con la audiencia, aumentar su visibilidad y posicionarse como artista y marca.

Análisis Ambiental

Para el escenario de eventos, hay normas reguladoras que tratan de las condiciones en las cuáles los eventos son realizados. De esta manera, el escenario y toda la estructura de los eventos en los cuáles el DJ está presente, tienen que estar de acuerdo con las normas para que no haya factores que afectan de manera negativa el medio ambiente y la naturaleza.

Una manera importante de posicionarse junto al cuidado al medio ambiente, es la consideración en realizar eventos al aire libre, conocidos como "*open air"* en el medio de la música electrónica. Estos eventos pueden impactar negativamente a la naturaleza, sin contar con los factores climáticos y las condiciones ambientales que muchas veces hace con que no sea factible la realización de dichos eventos. Un ejemplo real de esto, es el evento *Burning Man*, realizado entre 27 de agosto y 4 de septiembre de 2023, este evento es un festival anual

realizado hace 37 años en el desierto *Black Rock* en Estados Unidos. En el año de 2023 por las condiciones climáticas atípicas y el calentamiento global, ha pasado una catástrofe de fuertes lluvias que convirtió el evento en un lodaçal que afectó a más de 72 mil personas presentes en el festival y ocasionó una muerte. Esta fue la lluvia más larga e intensa a afectar el evento desde su creación. Casos como este son importantes de ser evaluados, para que todas las veces que un artista vaya a presentarse en un evento, pueda tener la seguridad de que la estructura del evento está pensada para varias posibilidades.

Cada vez más el público consumidor de la música electrónica espera que los artistas y eventos adopten prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. Esta conciencia ambiental puede afectar a la elección de los artistas que forman parte del *line-up* de los eventos de electrónica.

Análisis de Mercado

El mercado de la música electrónica está compuesto por artistas, promotores de eventos, *managers* de artistas, sellos discográficos, los proveedores de equipos, los patrocinadores y marcas, los consumidores de la música, los asistentes a los eventos y las plataformas de streaming de música. Cada uno de estos contribuyen para la formación de la música electrónica y los servicios relacionados. El DJ Bigfett está situado en el segmento de artistas y posee una competencia amplia y diversificada.

La demanda de la música electrónica tiene diferentes grupos, visto que hay diversos géneros incluidos en esta. El público consumidor puede ser distinto, visto que hay personas que sólo consumen la música a partir de streaming y otros en eventos en vivo. La satisfacción de esta demanda depende de la calidad musical y de las oportunidades de experiencias disponibles a través de la música.

La formación de alianzas con otros artistas es algo fundamental para un DJ, así como con otros profesionales y empresas de esta rama. Eso puede facilitar su alcance a nuevas audiencias y mejorar su reputación delante su público.

Por otra parte, un punto importante a ser analizado es los cambios en la publicidad en redes sociales. Las tendencias en estos medios muchas veces son constantes y es importante estar

actualizado para que se pueda verificar las estrategias de marketing en redes sociales y cambiarlas si se hace necesario.

Estos factores permiten a Bigfett tener una comprensión más completa del mercado de la música electrónica y tomar decisiones estratégicas actualizadas y coherentes para su carrera.

Marco Referencial

Presentación de Objeto de Estudio

Será desarrollado un plan de marketing para la creación del marketing personal del DJ Bigfett, evaluando cómo se encuentra posicionado en el mercado de música electrónica mundial y buscar las maneras para que sea más conocido por su público objetivo y logre sus objetivos para el año de 2023. Para desarrollar este plan, se hace necesario fundamentar en términos académicos y tecnológicos acerca de las temáticas relacionadas al asunto abordado para una mejor comprensión de todo el contexto de este trabajo. Así como, un análisis de la imágen del DJ como artista, para que sea posible crear estratégias de marketing coherentes con sus objetivos profesionales. Este análisis será hecho a partir de búsquedas y opinión de la audiencia consumidora de las producciones musicales y contenido de Bigfett.

Estado de Arte

Para este estudio serán analizados principalmente temas como desarrollo de marketing personal, posicionamiento de mercado y abordajes de técnicas de comunicación. Para eso, será hecha una investigación bibliográfica a partir del análisis de libros y artículos publicitarios a fin de mejorar los conocimientos acerca de los temas abordados en este proyecto. Como también, será utilizado una metodología de observación estructurada, social listening y fuentes primarias y secundarias para una comprensión sólida y eficiente de las teorías aplicadas en este estudio, y como están insertadas en el mercado de música electrónica.

Marketing

Existen distintas definiciones de marketing, lo que hace con que sea visto de manera amplia integrando distintas características. Es una herramienta necesaria para empresas y personas profesionales, visto que sirve para posicionarse en el mercado, mostrar su valor y venderse como marca.

Uno de los conceptos más aceptados acerca del Marketing es el concepto de Kotler y Armstrong, que señalan que: "Marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes." Pág. 156.

Esta definición del marketing demuestra que el orígen social y administrativo del marketing está compuesto de personas, lo que no trata solo de satisfacer necesidades, como también de crear deseos a partir de la oferta y crear relaciones.

Este concepto es esencial para el desarrollo de este trabajo, visto que para diferenciarse de la competencia es necesario comprender las necesidades de su audiencia, para que pueda satisfacerlas de manera más asertiva.

Marketing Personal

El Marketing Personal consiste en, a partir de unos objetivos marcados de vida personal y/o profesional, elegir las estrategias y herramientas más adecuadas para conseguir estos objetivos, teniendo en cuenta la realidad de las personas que conviven con nosotros a nivel de relación y en muchas ocasiones en competencia, y todo ello dentro de un entorno cambiante. (Trenzano, Ferre, 2003, pág. 27)

Un profesional independientemente de cuál área esté trabajando, tiene que enfocarse y cuidar de su marketing personal, de su marca personal. Para este hecho, es necesario verificar cuales son las estrategias y herramientas más adecuadas para cada caso. Un marketing personal bien creado, tiene el poder de crear oportunidades profesionales, establecer credibilidad en su medio de trabajo, aumentar sus conexiones con otros profesionales de su área y facilitar su posicionamiento profesional.

Con un marketing personal bien estructurado, es posible definirse como marca, construyendo sus valores, personalidad, habilidades y calidad profesional. La autenticidad es objeto clave para tener una marca personal constante y reconocida.

Posicionamiento de Mercado

Posicionamiento, es el lugar que ocupa en la mente del consumidor una marca de producto o servicio, sus atributos, las percepciones del usuario y sus recompensas. (Trout, Jack & Al Ries, 1972)

Tener un posicionamiento de mercado bien establecido facilita en la creación de estrategias y mejor comprensión de la reputación de la marca. La reputación es el activo más importante que un profesional puede tener, eso es lo que le diferencia de su competencia y lo destaca en su medio.

Para (Kotler & Keller, 2012), el posicionamiento de marca es la actividad de lograr que la imagen y la marca de una empresa se encuentren en un lugar diferenciado en la mente del consumidor meta. Con la finalidad de potenciar los beneficios de la marca. Un posicionamiento bien gestionado transmite valor, la esencia de la marca y muestra los beneficios para los usuarios del producto o servicio. Todos los trabajadores de la empresa deben identificarse con el posicionamiento de la marca y emplearlo en la toma de las decisiones

Técnicas de Comunicación

La Comunicación es un mensaje que transmite información, entrar en contacto con otro u otros para hacer partícipe de ideas, sentimientos, intereses a través de señales que pueden ser imágenes, gestos o palabras que forman parte de un código ya que permite transmitir e intercambiar información. (Baez, Carlos, 2000).

Ser auténtico y coherente en la comunicación es clave para tener reconocimiento. Es importante siempre mantener contacto con la audiencia y mostrar su diferencial competitivo, todo de manera clara, constante y bien direccionada. La personalidad de la marca debe estar

alineada con su tono de voz, es importante mantener un tono de voz estándar para las comunicaciones, adecuándose a las distintas situaciones posibles.

Perspectiva Propia

La calidad musical de DJ Bigfett y sus 10 años de experiencia como DJ lo han formado en unos de los nombres en ascensión en la música electrónica en el año 2023. Sus creaciones musicales poseen melodías armónicas que expresan sus emociones y pasiones, haciendo que sus oyentes sientan conexión con sus canciones. Bigfett está en proceso de consolidación de su marca personal sólida y auténtica como DJ, abarcando su estilo musical y visual, a partir de cómo es percibido por sus fans y cómo desea ser reconocido.

La necesidad de destacarse en el mercado que está inserido hace con que él se enfoque en su originalidad y diversificación en comparación a su competencia. Como también, que aproveche de las redes sociales para crear estrategias de marketing estructuradas alineadas con su identidad y valores. Eso facilita el establecimiento de una conexión genuina y real con su audiencia.

Es evidente que para el artista su imágen y posicionamiento son importantes para el mantenimiento de su carrera, lo que es muy importante para su crecimiento y futuro como profesional.

Objetivos del Negocio

Misión

Entregar a sus fans sonidos únicos e innovadores que expresan emoción y energía para que las personas se conecten con la música.

Visión

Convertirse en referencia global en la escena de la música electrónica, reconocido por su innovación y autenticidad sonora.

Valores

Autenticidad, Creatividad, Calidad, Innovación, Conexión y Crecimiento.

Objetivos de Posicionamiento

El artista tiene como objetivo para el año de 2023 aumentar su visibilidad en eventos de música electrónica y redes sociales. Para lograr este objetivo, se debe enfocar en aumentar la publicación de contenidos y los números de seguidores en las redes sociales X, Instagram y Tiktok, y en las plataformas de streaming de música Spotify y SoundCloud. Con el regular aparecimiento del DJ para su audiencia, es posible crear una conexión más fuerte y duradera. Ofrecer contenido exclusivo a través de las redes sociales y plataformas de streaming es una manera de fidelizar a su audiencia, para que así sientan el sentimiento de exclusividad y pertenencia a la comunidad. Es posible realizar el adelanto de canciones, divulgaciones de sets grabados de sus eventos, contestar preguntas en llamadas en vivo y mostrar un poco de su vida o momentos de creación de sus canciones.

La presencia en eventos y festivales de música electrónica mejoran su visibilidad y credibilidad en la industria. Por eso es necesario analizar la manera como se presenta visualmente y artísticamente en los eventos. Así como crear una conexión con otros artistas y productores de eventos puede facilitar este proceso de invitaciones a eventos. Otro método de establecer relaciones es con marcas y patrocinadores relacionados con la música electrónica. Eso puede brindar oportunidades de financiamiento de sus carrera o de lanzamientos, como también es una manera adicional de exponerse al público y mantener su imágen profesional y auténtica.

Objetivos Económicos

El artista tiene el objetivo para el primer año a partir de septiembre de 2023, conseguir un aumento de 50% en su remuneración por conciertos. Este aumento sugiere un comprometimiento con el crecimiento financiero de su carrera, si su popularidad y demanda crecen, puede justificar un aumento en el precio por concierto. A fin de obtener un aumento de 50% en su precio por evento, el DJ realiza la inversión monetaria de 10% de su sueldo en anuncios, en producción de nuevas canciones, en equipos más modernos y de calidad.

Para el mismo período, el artista también busca tener 10 mil seguidores en sus principales redes sociales. Ese objetivo se enfoca en el crecimiento de la presencia del DJ en las redes sociales, lo que facilita su promoción y conexión con su audiencia.

Así como, busca lograr un promedio de 100 a 200 mil oyentes por mes en su cuenta de Spotify. Este objetivo puede ser logrado con el lanzamiento de nuevas canciones para mantener el interés de sus oyentes y aumento en el alcance de nuevos oyentes en la plataforma. Como también, es importante la promoción en listas de reproducción y colaboración con otros artistas, a fin de alcanzar más orgánicamente este objetivo.

Investigación

Objetivo de la Investigación

El objetivo de la investigación realizada es analizar cómo el DJ Bigfett es visto por su audiencia, para a partir de eso, facilitar el proceso de creación de acciones de marketing y proyección de inversiones para lograr sus objetivos específicos.
Los procedimientos de recogida de datos se realizaron mediante una investigación con un enfoque cuantitativo y cualitativo, con el fin de relacionar los datos para su interpretación.

Muestra

La muestra está formada por un grupo de 15 personas con las siguientes características:

- Conocen al DJ Bigfett.
- Escuchan música electrónica;
- Frecuentan eventos de música electrónica.

El grupo de la muestra está compuesto por hombres y mujeres de entre 18 y 30 años, de diferentes ciudades de Brasil y de la ciudad de Buenos Aires en Argentina.

Técnicas de Investigación

La investigación realizada tiene el formato de un cuestionario en lo cuál recopiló preguntas de identificación de preferencias de la audiencia y su opinión acerca de puntos importantes a ser analizados para comprender la percepción que tienen sobre la carrera e imagen del DJ. Fue elegido el formato de cuestionario con preguntas de selección múltiple, preguntas con respuestas libres y preguntas dicotómicas. Para eso, fueron hechas las siguientes preguntas:

1. ¿Cómo conociste a Bigfett?

2. ¿Cuánto hace que escuchas la música del DJ?
    a. Más de 1 año
    b. Menos de 1 año

3. ¿Cómo describirías el estilo musical del artista?

4. ¿Qué subgénero de música electrónica te gusta más?
    a. Techno
    b. Techno Melódico
    c. Tech House
    d. House
    e. Otro - ¿Cuál?

5. ¿Cómo describirías a Bigfett como artista?

6. ¿Cuál es su canción favorita de Bigfett?
    a. Everything Is Energy
    b. Overload
    c. Signals
    d. We Are the Future
    e. Continuum
    f. United

g. Reflection
h. Inception
i. Otra - ¿Cuál?

7. ¿Crees que Bigfett es un artista que destaca dentro de la música electrónica?
    a. Sí
    b. No
    c. Tal vez
8. Si has asistido a alguno de los espectáculos del DJ, cuenta un poco cómo fue su experiencia y qué te llamó más la atención.

9. ¿Qué valoras en un DJ?
    a. Canciones de calidad
    b. Nuevas canciones
    c. Presentaciones en vários conciertos
    d. Proximidad a los fans
    e. Otro - ¿Cuál?

10. Si sigues al DJ en las redes sociales, ¿qué contenidos esperas ver?

11. ¿En qué plataformas sigues al DJ?
    a. Instagram
    b. TikTok
    c. Spotify
    d. SoundCloud
    e. Youtube
    f. Ninguna
    g. Otra - ¿Cuál?

12. ¿Qué esperas del futuro del DJ en cuanto a nuevos lanzamientos y conciertos?

13. ¿Dónde te gustaría ver nuevas presentaciones de Bigfett?

a. Recife
b. São Paulo
c. Rio de Janeiro
d. Buenos Aires
e. Otro - ¿Cuál?

14. ¿Qué sugerencias tendrías para el DJ?

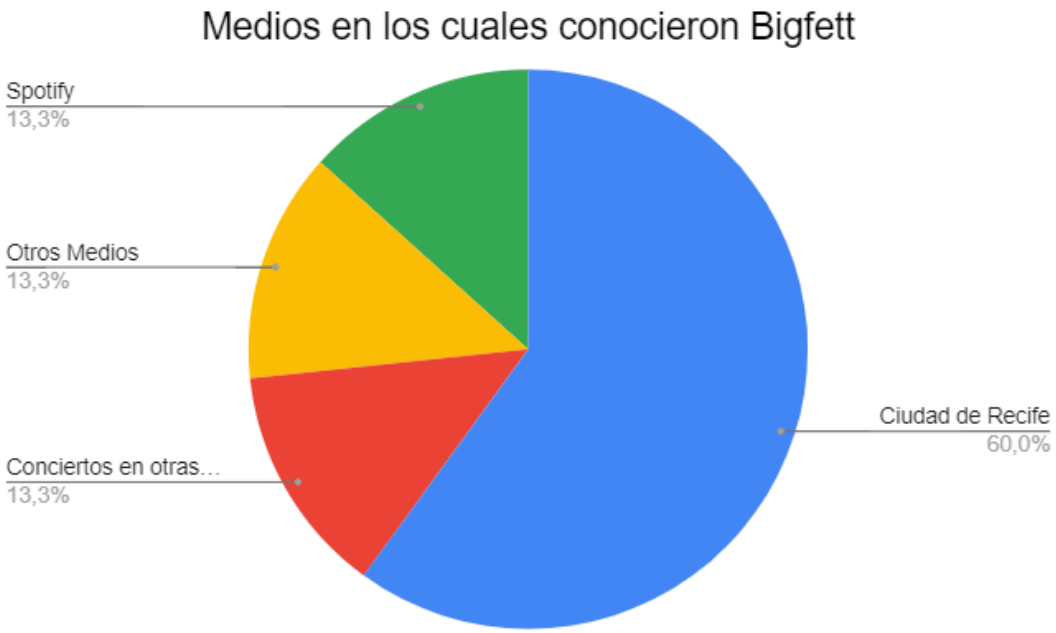
Resultados de la Investigación

La encuesta contó con la participación de 15 personas oyentes de música electrónica que conocen el trabajo del DJ Bigfett y frecuentan eventos de música electrónica y consumen contenidos de este medio. La encuesta fue enviada por medio de las plataformas Whatsapp e Instagram y fue contestada entre el 26 y el 28 de septiembre de 2023.

La investigación contenía preguntas distintas acerca de temas como canciones del artista, lanzamiento de canciones, conciertos, presencia digital, sugerencias, entre otros puntos.

A partir de las respuestas hechas en la encuesta es posible analizar que el DJ fue descubierto por la audiencia más frecuentemente en su ciudad natal Recife, en Brasil.

Anexo 1 - Resultado de la Encuesta



Fuente: Tomada a partir de los resultados de la encuesta (https://docs.google.com/spreadsheets/d/14R4iXo88d-Lre-Qv6Fr1ufxSUoJCE2ZOVkAUvHnlF0Y/edit?resourcekey#gid=594718667)

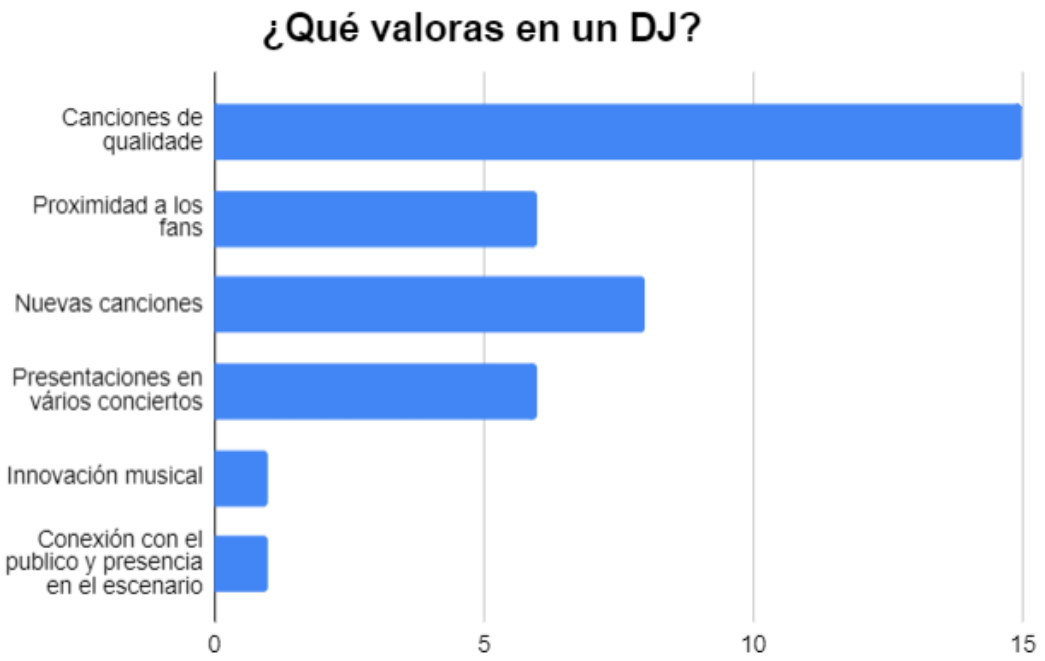
Las personas que contestaron la encuesta y lo conocieron en Recife, fue a partir de conocidos en común y en eventos de música electrónica, lo que representa 60% de los participantes. Sin embargo, aproximadamente 13,3% de los entrevistados lo conocieron en conciertos en otras ciudades de Brasil y 13,3% a partir de su Spotify. Además de eso, 13,3% de los entrevistados lo conocieron a partir del soporte recibido por Bigfett de otros artistas internacionales, como también por los lanzamientos de sus canciones en grabadoras reconocidas de música electrónica.

Fue verificado que 33,3% de los entrevistados lo conocen hace menos de 1 año, este dato muestra que el DJ ganó más oyentes después de su crecimiento en el año de 2023, con el lanzamiento de varias canciones por grandes grabadoras de música. Así como, el 100% de los entrevistados lo reconocen como un artista en ascensión en el mercado de música electrónica y su estilo musical fue definido por la gran mayoría como Techno Melódico, este factor muestra que el posicionamiento del DJ está bien definido en estas cuestiones.

Una de las preguntas más relevantes de la encuesta fue "¿Cómo describirías a Bigfett como artista?", en el resultado se podría verificar una frecuencia de adjetivos, como: Innovador, Talentoso, Visionario y Creativo. Para un artista, tener una perspectiva positiva de esta manera es muy importante para su carrera, pues demuestra que su esfuerzo como DJ está siendo reconocido y valorado por su público, además de ser un diferencial relevante en relación a su competencia.

Un factor importante de la encuesta fue el análisis de la perspectiva de los participantes acerca de los conciertos que fueron en los cuáles el DJ se presentó. Fue posible verificar que su punto más importante es su fuerte presencia en el escenario, demostrando una energía positiva y una conexión con el público presente. Aparte de eso, fue elogiado la estructura que forma su presentación musical. Eso se conecta con los resultados de otra pregunta, que se caracteriza por lo que más valoran en un DJ y la respuesta más común fue "canciones de calidad", seguida de "nuevas canciones", "presencia en varios conciertos" y "proximidad con el público". Sobre expectativas acerca de nuevos lanzamientos y conciertos, en general los participantes esperan más canciones, más presentaciones en grandes eventos y festivales de música electrónica en diferentes ciudades de Brasil, en Argentina y principalmente en países del continente europeo.

Anexo 2 - Resultado de la Encuesta



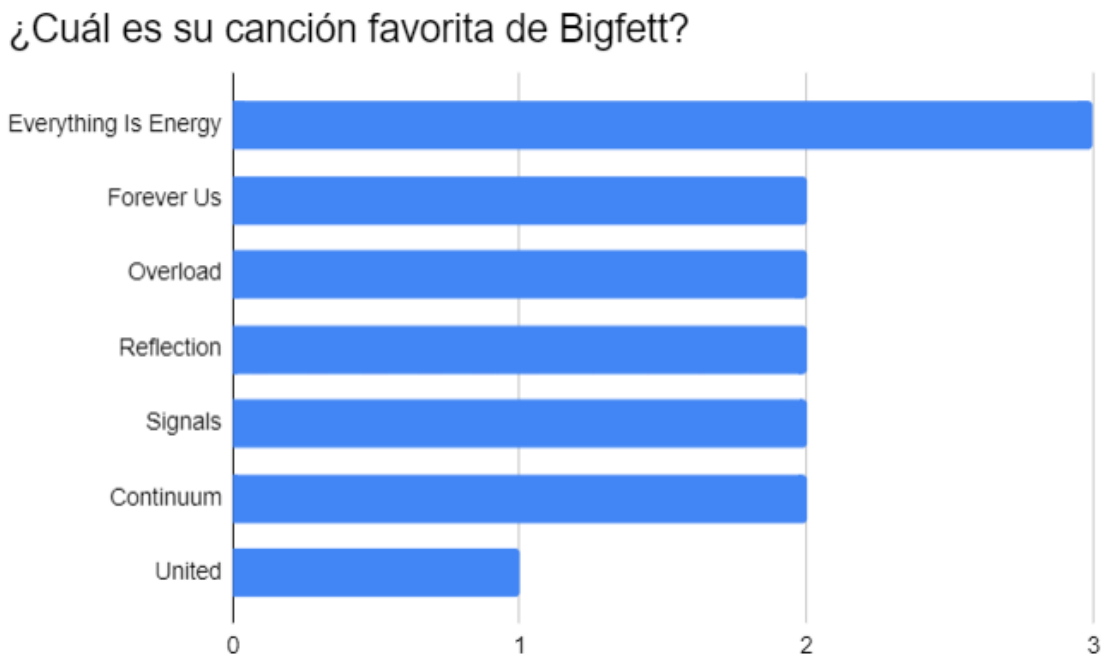
Fuente: Tomada a partir de los resultados de la encuesta (https://docs.google.com/spreadsheets/d/14R4iXo88d-Lre-Qv6Fr1ufxSUoJCE2ZOVkAUvHnlF0Y/edit?resourcekey#gid=594718667)

En el tema de redes sociales, todos los participantes lo siguen en Instagram y el 86,7% en la plataforma Spotify, esto es un punto positivo, visto que son las plataformas que el artista más tiene recurrencia de publicaciones y más invierte. Seguido de eso, tiene algunos seguidores en las plataformas de música Youtube y SoundCloud, pero ninguno en la red social TikTok. Fue solicitado la sugerencia de los participantes para comprender lo que esperan de contenido en la red social de DJ, las respuestas fueron: canciones nuevas, bastidores de sus viajes y conciertos, grabaciones de sus presentaciones y sobre su proceso creativo de producción musical.

Otra pregunta hecha en la encuesta fue cuál canción del DJ era la favorita, la pregunta fue formada por sus principales canciones y con única opción de voto. Con eso obtuvimos un resultado interesante en el cual fueron elegidas canciones diferentes y todas recibieron un

porcentaje de votos similares. Este punto muestra que él DJ tiene una línea de producción musical de calidad y que todas sus canciones hacen parte de la preferencia de sus oyentes.

Anexo 3 - Resultado de la Encuesta



Fuente: Tomada a partir de los resultados de la encuesta (https://docs.google.com/spreadsheets/d/14R4iXo88d-Lre-Qv6Fr1ufxSUoJCE2ZOVkAUvHnlF0Y/edit?resourcekey#gid=594718667)

En suma, la encuesta sirvió como un análisis general de la imagen del DJ como artista, un análisis de su carrera y una investigación de su audiencia. Los participantes de la encuesta participaron informando sus opiniones personales como oyentes en las preguntas con respuestas libres, sin embargo, las opiniones mantienen un mismo nivel de satisfacción acerca del trabajo del DJ.

Base Estratégica

El propósito general del plan de marketing del DJ Bigfett en cuestiones estratégicas es proporcionar un guía completo que impulse el crecimiento y la sostenibilidad de su carrera en

el escenario de la música electrónica. La estrategia para alcanzar los objetivos de negocio y los objetivos estratégicos se basará en acciones de posicionamiento en el mercado, comunicación, difusión de mercado, desarrollo de marca personal, fidelización de la audiencia y adaptación a tendencias del mercado.

Dicha estrategia se basará en la matriz de Ansoff, cuya herramienta permitirá comprender:

- Penetración de mercado: Presencia en los mercados actuales, eventos e interacción con la audiencia en redes sociales.
- Desarrollo de Productos: Experimentación de nuevos estilos musicales, colaboraciones con otros artistas y exploración de contenido multimedia.
- Desarrollo de Mercado: Participación en eventos internacionales, colaboración con artistas de diferentes regiones y adaptación de estrategias de marketing para llegar a audiencias internacionales.
- Diversificación: Creación de contenido educativo sobre producción musical, creación de línea de ropa o merchandising y creación de conciertos en realidad virtual.

La estrategia principal a ser utilizada por Bigfett será la de penetración de mercado, visto que servirá para impulsar el crecimiento de la marca. Los motivos para la definición de esta estrategia son la consolidación de posicionamiento, aumentar la retención de oyentes mensuales a través del sentimiento de pertenencia y estimular el consumo de sus producciones a través de campañas de marketing dirigidas a los oyentes.

Posicionamiento de Marca

Segmentación y Target

El target son jóvenes y adultos entre los 18 y 35 años de todos los géneros, que consuman música electrónica, radicados en áreas urbanas y grandes ciudades de distintos países, como São Paulo y Rio de Janeiro (Brasil), Buenos Aires y Córdoba (Argentina), y Londres (Reino Unido). Buscan lazer y diversión a partir de la música y eventos, tienen una vida nocturna activa y son apasionados por la cultura de música electrónica. Están presentes en las principales redes sociales, principalmente plataformas como Instagram y Tiktok, y están en

constante busca de nuevos sonidos y en experimentar diferentes géneros dentro de la música electrónica.

Portaretrato del consumidor

Su nombre es Maria Alvarez, tiene 26 años, está cursando la carrera universitaria de publicidad, trabaja como asistente en una agencia de marketing y vive en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con una amiga.

Figura 7

Portaretrato del Consumidor

Fuente: Imagen tomada de FreePik, 2023. (https://br.freepik.com/fotos-gratis/mulher-jovem-e-bonita-jaqueta-colorida-e-segurando-fones-de-ouvido_8550569.htm#page=2&query=mulher%20jovem%20rave&position=0&from_view=search&track=ais)

Maria es apasionada por la música electrónica y específicamente el género de Techno Melódico, para ella la música es una forma de expresión y escape. Se define como una curiosa musical, le encanta descubrir nuevas canciones y artistas, apoyando a DJs emergentes y que tienen autenticidad y talento en lo que hacen. Para ella es importante consumir música de

artistas que tienen un posicionamiento positivo, que están obstinados a crear producciones musicales innovadoras y creativas.

Considera que los eventos de música electrónica son ambientes de calidad, siendo su forma de lazer favorita. Está siempre asistiendo eventos y festivales musicales en CABA y en otras ciudades de Argentina que reciben vários artistas internacionales, como Mendoza y Córdoba, visto que, para ella, los eventos son una experiencia única.

Maria es activa en las redes sociales Instagram y TikTok, donde comparte los mejores momentos de los eventos que asiste, descubrimientos musicales y se conecta con otros consumidores de la música electrónica. Así como, está activa en las plataformas de streaming Spotify y SoundCloud, donde sigue listas de reproducciones y participa de comunidades en línea del mismo escenario de la música.

Insight de Consumidor

- "Busco conexión profunda con sonidos auténticos e innovadores que me brindan experiencias únicas."
- "Quiero disfrutar de festivales de música electrónica que tienen presentes nuevos artistas en el mercado."

Propósito de Marca/Posicionamiento Declarado

Bigfett es el artista más promisorio en ascensión en la música electrónica, porque es un DJ auténtico, innovador y creativo.

Convicción de Marca

Bigfett se destaca por sus producciones que generan experiencias musicales de conexión y emoción, creando momentos memorables en cada concierto y lanzamiento. La creatividad del DJ lo posiciona como un artista innovador, comprometido con la exploración de nuevos sonidos y fusión de géneros.

Territorio de Marca

- Autenticidad
- Innovación
- Creatividad musical
- Alcance Global

Personalidad y Tono de Marca

Bigfett es una persona energizante, activa, actualizada con las tendencias del momento, tiene una personalidad tranquila, es organizado, confiable, amigo y creativo. Posee una autenticidad única, años de experiencia y estudios de carrera artística. Establece conexiones emocionales con su audiencia, presentando una marca acogedora y cercana.
El tono de Bigfett es enérgico e inspirador, está cargado de entusiasmo que refleja la emoción de la música, invita a la audiencia a sumergirse en un universo de posibilidades sonoras, donde se refleja la pasión por la música.

Escalera de Beneficios

- Atributos Técnicos: Conocimientos en mezclas y masterización, adaptabilidad a las tendencias tecnológicas, experimentación con efectos sonoros, dominio de herramientas y tecnologías de producción musical.

- Beneficios Funcionales: Experiencias auditivas únicas y vanguardistas, exploración de nuevas colaboraciones y fusiones de sonidos. actuaciones en vivo en vários países, participación activa en la comunidad global de oyentes de música electrónica

- Beneficios Emocionales: Apreciación de la originalidad y sonoridad, emoción de escuchar sonidos novedosos, conexión con el público, sentimiento de exclusividad a una comunidad selecta y satisfacción al escuchar música de alta calidad

Estrategias de Crecimiento

- Expansión de Audiencia: Colaboración con artistas de renombre, participación en festivales de música electrónica y promoción en plataformas de streaming para llegar a nuevas audiencias.
- Internacionalización: Participación en eventos internacionales, colaboraciones con artistas globales y adaptación del contenido para atraer a audiencias de diferentes culturas.
- Presencia en Plataformas de Streaming: Maximizar la presencia en estas plataformas, promoviendo lanzamientos regulares y participando en listas de reproducción bien posicionadas.
- Desarrollo de Contenido de Calidad: Creación de contenidos de calidad en las redes sociales, ofreciendo a los seguidores contenidos exclusivos y promocionando su trabajo;
- Inmersión en Plataformas NFT: Explorar el espacio de activos digitales no fungibles (NFT), que está en gran crecimiento en las artes visuales en la industria musical, para lanzar contenido exclusivo, como canciones, remixes, capas de álbumes.
- Programas de Fidelización: Implementar programas de recompensa para seguidores comprometidos con beneficios exclusivos, acceso anticipado a músicas y eventos, para así crear un sentimiento de pertenencia y acercamiento.

Factores Clave de Éxito de la Estrategia

- Alianzas y colaboraciones Estratégicas;
- Marketing Digital Efectivo;
- Participación en grandes eventos;
- Producción regular de contenido;
- Alienación de valores;
- Calidad y consistencia en la producción musical;
- Innovación en eventos;
- Conexión emocional con la audiencia;
- Estrategias de promoción en plataformas de streaming y redes sociales;

- Adaptabilidad a tendencia del mercado.

Definición de Objetivos Estratégicos Cuantificables

La implementación de este plan de marketing está basada en la metodología SMART. Este enfoque facilita el establecimiento de metas que son concretas, cuantificables, viables, realistas y cuentan con un horizonte temporal definido.

Objetivos Específicos SMART

- Aumentar en 30% la presencia en mercados internacionales a través de eventos y colaboraciones estratégicas, en el período de un año.
- Lograr un aumento de 100% de seguidores en las redes sociales Instagram y Tiktok, en el período de un año.
- Incrementar en un 20% la interacción en las redes sociales, medida por likes, comentarios y compartidos, en los próximos 6 meses.
- Alcanzar un aumento de 400% en las reproducciones mensuales en la plataforma Spotify, para tener un promedio de 100 mil oyentes mensuales, en el período de un año.
- Lograr un aumento de 50% en los ingresos anuales a través de sus conciertos, en el período de un año.

Medición del KPI para el éxito

Sobre presencia en mercados internacionales:

- Número total de eventos internacionales participados;
- Cantidad de colaboraciones estratégicas establecidas;
- Cobertura de medios en mercados internacionales.

Sobre las redes sociales:

- Número actual de seguidores en Instagram y TikTok;
- Tasa de crecimiento mensual de seguidores;

- Participación y comentarios en publicaciones;
- Número de menciones, mensajes privados y compartidos de contenido;
- Tasa de crecimiento mensual en interacciones;
- Participación en encuestas y preguntas interactivas;
- Número de menciones y tags en publicaciones compartidas por la audiencia;
- Instagram Analytics y Tiktok Analytics (impresiones, alcance e interacción).

Sobre Spotify:

- Número actual de reproducciones mensuales en Spotify;
- Tasa de crecimiento mensual de reproducciones;
- Número de nuevas pistas lanzadas;
- Participación en listas de reproducción destacadas.

Sobres los ingresos anuales:

- Ingresos actuales generados por conciertos.
- Número total de conciertos programados y realizados.
- Participación en eventos de gran magnitud.
- Evaluación de la satisfacción del público en encuestas post-concierto.
- Aumento en la venta de productos durante los conciertos.

Estos KPIs proporcionarán métricas específicas y medibles para evaluar el progreso hacia cada uno de los objetivos establecidos.

Viabilidad

Presencia en Mercados Internacionales

Viabilidad Técnica: Posible siempre y cuando se establezcan conexiones con organizadores de eventos internacionales y se planifiquen estrategias logísticas para participar en eventos fuera del país.

Viabilidad Económica: Posible, aunque puede requerir inversiones adicionales para viajar y participar en eventos internacionales. El retorno de inversión dependerá del éxito de estas colaboraciones.

Aumento de Seguidores en Redes Sociales

Viabilidad Técnica: Altamente viable con estrategias efectivas de marketing digital, como publicidad dirigida, contenido atractivo y participación activa en las plataformas.

Viabilidad Económica: Razonablemente económico utilizando estrategias orgánicas y, si es necesario, destinando presupuesto para publicidad digital.

Incremento en Interacción en Redes Sociales

Viabilidad Técnica: Posible mediante el uso de herramientas de gestión de redes sociales, programación de publicaciones y análisis de datos para ajustar estrategias de compromiso.

Viabilidad Económica: Económicamente viable mediante el uso eficiente de herramientas de gestión de redes sociales y la inversión en estrategias de contenido atractivo.

Aumento de Reproducciones en Spotify

Viabilidad Técnica: Logísticamente posible con la producción y lanzamiento regular de nuevas pistas, promoción efectiva y la inclusión en listas de reproducción relevantes.

Viabilidad Económica: Viabilidad económica, pero puede requerir inversiones en promoción y marketing para aumentar la visibilidad y el alcance en la plataforma.

Aumento de Ingresos por Conciertos

Viabilidad Técnica: Posible mediante la planificación de conciertos estratégicos, negociaciones con organizadores de eventos y la creación de experiencias atractivas para el público.

Viabilidad Económica: Dependerá de la rentabilidad de los conciertos y de la capacidad de generar ingresos a través de la venta de entradas, merchandising y otras fuentes relacionadas con los eventos.

Marketing Mix

Producto/Servicio

Con el fin de crear una estrategia de marketing y comunicación para el Dj Bigfett, se define como producto/servicio: la música del Dj Bigfett y su marca personal. Esto incluye sus producciones musicales y actuaciones en vivo.

El artista tiene su género musical definido como Techno Melódico con sonidos graves, melódicos y energizantes. En lo que se refiere a su estilo musical, el artista se diferencia de otros artistas de la escena por su creatividad en las producciones, sus mezclas innovadoras y la utilización de elementos sonoros que hacen con que sea fácil identificar que la producción es del DJ. Las principales plataformas de distribución de la música del DJ son Spotify y SoundCloud, sin embargo, también está presente en Youtube, Beatport y otros medios de difusión de música. Los lanzamientos son divulgados por medio de Instagram, TikTok, X, Spotify, SoundCloud y Beatport.

En lo que se refiere a lanzamientos de canciones, en el año de 2022 y 2023 el artista se destacó por algunos lanzamientos en grabadoras de renombre y por sus canciones que fueron tocadas por DJs conocidos en todo el mundo. La canción “Everything is Energy”, lanzada en Septiembre de 2022 estuvo en la lista Beatport’s top 50 Melodic House & Techno por 3 meses. Beatport es una tienda digital de música electrónica, dónde el ranking es definido por la cantidad de veces que una canción es vendida para uso legal o consumo propio. En agosto de 2023, Bigfett lanzó su canción “Continuum” por la grabadora Rose Avenue, alcanzó el logro de ser el primer DJ brasileño en lanzar una canción por esta grabadora. La banda de música electrónica Rüfüs Du Sol es responsable por crear Rose Avenue, la banda es conocida por crear un sonido distinto y único, siendo reconocida en todo el mundo por sus diversos

conciertos y canciones bien posicionadas en el mercado. En septiembre de 2023, el artista lanzó su canción “Signal” por la grabadora Tomorrowland Music, es la grabadora oficial del festival Tomorrowland. Este festival es el más grande del mundo para el mercado de música electrónica, es realizado en algunos países del mundo, pero su evento principal es realizado en Bélgica. Además de eso, Bigfett también lanzó canciones en las grabadoras Odd One Out (Finlandia), Running Clouds (Estados Unidos), Steyoyoke Recordings (Alemania) e Inner Symphony (Alemania).

Aparte de lanzar canciones en grabadoras de todo el mundo, el DJ también participó de diversos conciertos importantes para su carrera musical. El 04 de Febrero de 2023 se presentó en la fiesta Mottus en São Paulo (Brasil), organizada por la productora M-S Live, conocida por llevar a São Paulo las fiestas más importantes de Techno Melódico. Así como, participó del evento Tomorrowland Brasil, en São Paulo el 14 de octubre de 2023. Este evento fue un marco en su carrera artística, presentándose en el mismo escenario de grandes nombres de la música electrónica y ganando una visibilidad significativa. Además, también estuvo presente en eventos en Argentina e India, alcanzando una audiencia nueva y ganando reconocimiento en el mercado internacional.

Imágen de Marca

En los eventos en vivo Bigfett utiliza elementos visuales, luces y proyecciones que son elegidas por los organizadores del evento. Aunque antes de presentarse en los eventos tiene la costumbre de confirmar si el evento está de acuerdo con su imágen artística.

El artista tiene una imágen de marca con elementos minimalistas y creativos. Utiliza componentes tecnológicos y futurísticos en sus portadas de álbumes y canciones, materiales promocionales y en las redes sociales. Su paleta de colores y diseño gráfico son policromáticos pero que frecuentemente son utilizados tonos de grís y negro. En todas las redes sociales y plataformas que está presente, el artista tiene constancia de imágen, siguiendo los mismos elementos de identidad visual.

Figura 8

Portada de Álbum Signals

Fuente: Imagen tomada de Spotify, 2023. (https://open.spotify.com/intl-pt/album/2iUFYdfVM7cYqKfhua0WYH)

Figura 9

Portada de Álbum Evolve

Fuente: Imagen tomada de Spotify, 2023. (https://open.spotify.com/intl-pt/album/1v1PxoH1oei0VsMHRR66E5)

Precio

Conciertos

Bigfett tiene una estrategia de fijación de precio para sus conciertos en su ciudad de residencia, Recife, otras ciudades de Brasil y conciertos internacionales. Su estrategia de precios se basa en la logística salida de su ciudad, magnitud del evento y la duración de su presentación, que sigue un promedio de duración de una hora hasta dos horas.

Ubicación	Precio equivalente en Dólares
Recife (Brasil)	U$500 - U$600
São Paulo u otras ciudades de Brasil	U$400
Otros países	U$850-1050

El precio cobrado por una presentación en la ciudad de São Paulo o en otras ciudades de Brasil es más bajo que el precio cobrado en su ciudad, eso se deriva de la logística costosa saliendo de Recife. El precio cobrado en Brasil es hecho en la moneda local, el Real brasileño, mientras el pago en otros países es realizado en la moneda Euro. Aparte del precio pagado por concierto, también hay otros gastos que son de responsabilidad del contratante/productor del evento, cuyos son: pasajes de avión, hotel y transfer para el hotel, aeropuerto y evento.

Producciones Musicales

La principal plataforma en la cuál el DJ difunde sus canciones es Spotify. No es de información pública el valor de los royalties ofrecidos por reproducción a los artistas por sus derechos autorales por Spotify, pero es considerado un precio de US $0,00397 por reproducción. El precio de los royalties es determinado por distintos factores, como: el tipo de uso de la canción, el país dónde la canción es utilizada, la duración de la canción y la cantidad de veces que es reproducida.

Basado en la cantidad de streams (reproducciones) en Spotify del DJ Bigfett, se presenta a continuación un cuadro que demuestra la cantidad estimada de royalties ganados por el artista en 4 meses aleatorios del año de 2023.

Mes	**Cantidad de Streams**	**Royalties Equivalentes en Dólares**
Enero	50.790	U$120.88
Abril	116.261	U$276.70
Julio	73.892	U$175.86
Septiembre	69.073	U$164.39

Aparte de Spotify, las canciones del DJ también están disponibles en Youtube, SoundCloud y Beatport. Estas plataformas hacen con que sea posible consumir las canciones del DJ de manera gratuita o paga. En la plataforma Beatport es posible hacer la reserva en la preventa antes del lanzamiento de la canción. Los precios de compra de una canción o la reserva de una preventa varían de U$1.49 a U$4.98.

Valor Percibido

El valor percibido del DJ es verificado por su calidad musical reconocida por el público, el consumidor de sus producciones y el mercado de música electrónica. El reconocimiento del artista por las grandes grabadoras de música expresa que el DJ tiene talento y producciones de alta calidad. Por otro lado, es evidente que el artista está bien reconocido por otros grandes artistas de música electrónica, visto que están constantemente produciendo las canciones del DJ Bigfett en sus conciertos. La autenticidad en la imagen de marca de Bigfett también contribuye al valor percibido de la marca, visto que presenta coherencia y autenticidad en lo que es su posicionamiento en el mercado.

La forma en que el DJ interactúa con su audiencia, ya sea a través de redes sociales, eventos o entrevistas, también influye en el valor percibido. Visto que, una interacción positiva puede hacer que la audiencia sienta un mayor valor en su conexión con el artista.

Competencia

El artista está posicionado en el mercado como un DJ en ascensión, que está creciendo en cuestiones de reconocimiento de público, de otros artistas y de los productores de música electrónica. Él está buscando mostrarse como un jóven batallador que sigue sus sueños y alcanza sus deseos a partir de trabajo y buen aprovechamiento de su talento musical. Así como, busca constante reconocimiento de mercado para tener su trabajo más valorado en cuestiones financieras.

Las políticas de precio que el DJ Bigfett utiliza para sus conciertos demuestra el posicionamiento competitivo del artista ante la competencia. En lo que se trata de royalties por producciones musicales en la plataforma Spotify, los valores son iguales para todos los artistas. En lo que se refiere a conciertos, Bigfett recibe un promedio de U$680 por evento, mientras su competencia directa, DJ Pacs, está un promedio de U$600 por concierto, posicionándose un poco por debajo de él. Los precios de mercado varían entre U$150-U$200 para DJs iniciantes y entre U$400-U$1000 para DJs profesionales como Bigfett y Pacs en la etapa de carrera que están. De esta manera, es posible verificar que el artista está bien posicionado frente a los precios de mercado de los artistas de música electrónica.

Plaza

En el contexto del DJ Bigfett, la plaza se refiere a dónde y cómo se distribuye su música. Esto incluye la disponibilidad en las plataformas de streaming Spotify y SoundCloud, así como la presencia en eventos en vivo.

Estrategias de Plaza

- Plataformas de Streaming de Música: Utilizar al máximo las plataformas de streaming de música, como: Spotify, SoundCloud, Youtube, Deezer, Apple Music y otras. Asegurarse de que la música esté disponible en todas las plataformas populares para poder llegar a un público más amplio.

- Tiendas de Música Online: Distribuir sus canciones en tiendas de música en línea, como Apple Music, Amazon Music y Beatport. Esta acción permite que los seguidores compren y descarguen las canciones y las consuman como oyentes o la reproduzcan haciendo mezclas en presentaciones en vivo.
- Redes Sociales: Utilizar las redes sociales como principal canal de distribución, principalmente Instagram, TikTok, X y Facebook. Para eso es importante publicar regularmente en estas plataformas para mantener a los seguidores informados sobre nuevos lanzamientos, eventos y contenido exclusivo.
- Conciertos y festivales: La participación en eventos y conciertos es una forma directa de distribuir la música electrónica. Es esencial asegurarse de estar presente en eventos clave de la industria y considerar la organización de eventos para participar como embajador, acción muy común entre DJs de electrónica. La presencia en eventos en vivo hace con que él sea más conocido y pueda alcanzar un público más amplio.
- Canales de Difusión: Los canales de difusión de Instagram es un punto clave para que el DJ pueda divulgar sus canciones, lanzamientos y contenidos exclusivos, como también para acercarse del público creando una conexión más cercana y el sentimiento de pertenencia.

Para seguimiento de la estrategia es relevante verificar los posibles cambios y las tendencias que pueden afectar su cumplimiento. Algunos de los posibles cambios son:

- Mudanzas en las Plataformas de Streaming de Música: Cambios en las políticas de pagos de royalties en las plataformas de streaming pueden afectar los ingresos del DJ. Así como, la aparición de nuevas plataformas o cambios en la manera que se presentan y promocionan las canciones, puede hacer con que sea necesario un nuevo estudio de estrategias. Las tendencias que son posibles en estas plataformas son: crecimiento de plataformas de transmisión en vivo y la creación de contenido exclusivo para audiencia.
- Distribución a Través de Redes Sociales: Cambios en los algoritmos de redes sociales es algo común, lo que hace con que la forma en que se promociona y se distribuye en

contenido cambie. Una tendencia posible en este medio sería la venta de música directamente a través de las redes sociales.

3 P's de Servicio

Personas: Consideramos el equipo siendo el DJ Bigfett y su manager, Neal O'Connor, de la empresa Slush Management de Los Angeles, California. La audiencia son las personas que participan de los eventos que el artista se presenta, sus seguidores en redes sociales y las personas que consumen su música en cualquier medio.

Evidencia Física: La ambientación en eventos en vivo, la configuración del escenario y la iluminación forman parte de la experiencia de los conciertos. Se considera para el ambiente digital la presencia en redes sociales y cualquier material promocional. En lo que se refiere a imagen, es considerado elementos como su logotipo, el diseño gráfico y visual de los conciertos y álbumes.

Procesos: El proceso inicial y más importante es el de la creación de las canciones, siendo la desde la concepción hasta la producción y la masterización, esto configura elementos de diferenciación muy importantes para el DJ. La interacción con la audiencia y la participación en eventos también son procesos relevantes que contribuyen a la diferenciación del artista.

En resumen, para el DJ BigFett, la diferenciación en los servicios se logra a través de las personas que participan, la evidencia física que apoya la marca y la calidad de los procesos, desde la creación musical hasta la interacción con la audiencia. La combinación de estos elementos contribuye a la experiencia que ofrece a su audiencia.

Promoción

El objetivo de la promoción del DJ Bigfett es mostrarlo como un artista auténtico, innovador y creativo, que produce canciones de alta calidad y que presenta en sus conciertos una experiencia musical única. El objetivo de la campaña es mejorar la visibilidad de marca del

DJ y aumentar la cantidad de oyentes mensuales en las plataformas de streaming de música. Este objetivo incluye estrategias en redes sociales, colaboración con otros artistas, participación en eventos y festivales, así como el uso de herramientas de marketing digital.

Para cumplir con el objetivo se realizarán las siguientes campañas promocionales:

- Colaboración con influencers de la escena de la música electrónica para ampliar su alcance. Estas colaboraciones incluyen la divulgación de las canciones y próximos conciertos del artista en el Instagram de los influencers. Serán utilizados micro-influencers y macro-influencers. Algunos de los perfiles de Instagram de los influencers son: @vaanoliver, @techneramemes y @halleysilvaa.
- Será utilizada la herramienta de publicidad segmentada en Spotify para llegar a audiencias específicas basadas en preferencias musicales.
- Promoción de los lanzamientos musicales y próximos eventos vía email marketing.

Estrategia de Comunicación

Objetivo de Comunicación

Se centrará en una estrategia de marca, en la que se busca el posicionamiento de la marca Bigfett. Los objetivos son aumentar la visibilidad de DJ BigFett en la escena de la música electrónica y aumentar sus oyentes mensuales en Spotify. El contenido estará conectado con las tendencias de uso de redes sociales y tendencias del escenario de la música electrónica. Los objetivos visan buscar una mayor visibilidad y conexión con la audiencia, visto que, eso puede atraer colaboraciones con otros artistas y marcas de la escena musical electrónica, como también, más oportunidades de actuaciones en eventos y festivales. En lo que se refiere a sus oyentes mensuales en Spotify, un mayor alcance y visibilidad pueden resultar en un aumento de las reproducciones de sus canciones en Spotify, contribuyendo a su reconocimiento y generando ingresos.

Los métodos de medición serán: Análisis de métricas de Instagram (impresiones, alcance, engagement, seguidores) y plataformas de música (reproducciones mensuales, clics en

anuncios, seguidores), el seguimiento regular del crecimiento de seguidores en todas las plataformas y análisis de datos demográficos de la audiencia para identificarlos más específicamente. Los KPI's serán seguidos a partir de Instagram Insights y Spotify for Artists, las herramientas oficiales de análisis de las plataformas.

Ejes Comunicacionales

En todas las etapas de comunicación será utilizado un lenguaje cercano, auténtico, inspirador y creativo. El mensaje será compuesto de autenticidad, mostrando la personalidad del artista, su capacidad creativa y su talento. Con la comunicación por diversos medios, se pretende mostrar el lado auténtico del DJ, resaltar sus producciones musicales, sus colaboraciones, promocionar eventos y festivales en los cuáles el DJ se presentará.

Estrategia de Contenido

Instagram: Serán programas publicaciones regulares y contenido de alta calidad, con mayor intensidad antes de lanzamientos y eventos importantes. Las publicaciones hechas por los influencers tendrán contenidos informativos acerca de los próximos conciertos, de las canciones que están por lanzar y las canciones antiguas. Con eso se espera alcanzar un aumento en la visibilidad y reconocimiento del Dj Bigfett, así como un aumento en el número de seguidores en la red social Instagram.

Spotify: Para esta plataforma habrá anuncios segmentados y actualizaciones frecuentes en la página del artista, con mayor intensidad antes de lanzamientos. Esta acción tiene como objetivo lograr un incremento de seguidores y oyentes mensuales en Spotify.

Email Marketing: Para los emails, serán realizados envíos cuándo haya lanzamientos musicales con una llamada a la acción, para avisar a los fans cuáles son los medios en los cuáles la canción está disponible y el respectivo enlace para que la consuman. Así como, un mensaje de inspiración con la temática de la canción, para crear conexión con el público. El

impacto esperado es una mayor participación en eventos y el aumento de reproducciones en las plataformas de streaming.

Modo de Acción (Plan Táctico)

Plan de Medios

Figura 9 - Plan de Medios para posicionamiento online del DJ Bigfett

COMUNICACIÓN / OBJETIVO	NRO.	MEDIO	TIPO DE MEDIO	PLACEMENT	DISPOSITIVO	MÉTODO DE COMPRA	OBJETIVO	FORMATO	SEGMENTACION	FECHA INICIO	FECHA FIN	TIPO DE COMPRA	INVERSIÓN TOTAL	CONTENIDO
Awareness	1	**Instagram**	RRSS	Feed / Story	Multiscreen	Subasta	Awareness	Imágen	Jóvenes de 20 a 30 años interesados en Música Electrónica	05/jan	05/mar	CPM	**$ 6.900,00**	Anuncios de nuevos lanzamientos, colaboraciones y eventos.
Awareness	2	**Influencer**	CANJE MARKETING	Story	Multiscreen	Canje		Vídeo	Jóvenes de 20 a 30 años interesados en Música Electrónica	10/mar	10/abr	CPM	**$ 5.000,00**	Lanzamiento de um desafío de baile relacionado con uma canción del DJ.
Awareness	3	**Google**	GOOGLE_ADS	Home	Multiscreen	Subasta	Alcance	SEM - Búsquedas	Jóvenes de 20 a 30 años que buscan sobre Música Electrónica	30/abr	20/dez	CPC	**$ 7.500,00**	Posicionamiento em el buscador de Google com las palabras clave: DJ, Bigfett, Música Electrónica.
Conversión	4	**Mail Marketing**	PROGRAMMATIC	Mail	Multiscreen	Subasta	Conversiones	Imágen	Personas que hicieron la suscripción en el mail Marketing del artista	10/jun	10/set	CPC	**$ 600,00**	Divulgación de las nuevas canciones del artista.
	TOTAL												**$ 20.000**	

Nota: Elaboración Propia.

Figura 10 - Información del plan de medios para posicionamiento online del DJ Bigfett

Información	
Marca	Bigfett
Producto	Bigfett
Campaña	Online
Inversión Neta	USD20.000
Plaza	Brasil
Inicio	20/12/2022
Fin	20/12/2023
Año	2023
Cobertura Planificada Total	
Universo Total	100.000,00
Porcentaje de Cobertura	70,00%
Alcance Potencial	70.000,00

Nota: Elaboración Propia.

Customer Journey Map

Tabla 2 - Customer Journey Map

Etapas	Awareness	Consideración	Decisión	Uso	Fidelización
Actividades del cliente	Busca en Google y redes sociales (Instagram, X y Tiktok), DJs y canciones de música electrónica.	Ingresa a los perfiles de las plataformas del DJ Bigfett.	Buscan participar de grupos y acceder a contenidos exclusivos.	Escuchan las canciones del DJ Bigfett y frecuentan sus conciertos.	Recomiendan las canciones del artista a sus amigos, agregan las canciones en sus playlists y asisten frecuentemente a los eventos del DJ.
Metas del Cliente	Descubrir nuevas canciones y conocer más sobre el DJ Bigfett.	Conocer más sobre el artista y su estilo musical.	Ser parte de la comunidad y acceder a contenido exclusivo.	Disfrutar de presentaciones en vivo y escuchar nuevas canciones de Bigfett en Spotify.	Integrarse plenamente en la comunidad y seguir regularmente al DJ Bigfett.
Puntos de Contacto	Posteos en redes sociales, campañas digitales y presencia en plataformas de streaming de música.	Perfiles en Instagram, Tiktok y Spotify.	Publicaciones en redes sociales y grupos.	Plataforma Spotify y anuncios de conciertos en las redes sociales.	Seguimiento en redes sociales, suscripción al mail marketing para recibimiento de nuevas canciones, colaboraciones y conciertos.

Experiencia	Sienten curiosidad y están siempre en búsquedas de nuevas canciones y experiencias musicales.	Están interesados en conocer más del artista y de sus producciones musicales, como también, verificar si hay conciertos en su ciudad.	Sentimiento de pertenencia, conexión y acercamiento.	Emoción en vivo por la vivencia en la experiencia musical y espera por nuevas canciones.	Siente compromiso y conexión con el DJ, hacen parte de su comunidad y quieren sentirse exclusivos.
Metas del Negocio	Aumentar la visibilidad y ser descubierto por nuevos oyentes.	Fomentar la participación activa de seguidores y oyentes, y retener la atención del oyente.	Promover la lealtad y participación activa.	Aumentar la asistencia a eventos y el promedio mensual de reproducción de pistas en Spotify.	Promover la lealtad a largo plazo, la participación constante de los seguidores y tener una cantidad de oyentes mensuales creciente.
KPI's	- Nuevos seguidores en redes sociales. - Reproducciones en plataformas de música.	- Nuevas descargas de canciones. - Tiempo de escucha. - Reproducciones de pistas específicas. - Canciones agregadas en playlists. - Interacción en las redes sociales.	- Participación en eventos. - Interacción en redes sociales. - Conversaciones por mensaje privado y en grupos.	- Oyentes mensuales. - Participación eventos. - Aumento de seguidores. - Alcance Orgánico. - Interacción por publicaciones.	- Frecuencia de escucha. - Interacción en redes sociales. - Participación en eventos regulares. - Alcance Orgánico.
Actividades de la Empresa	Publicaciones regulares en redes sociales y	Publicaciones de nuevos contenidos, actualización regular de	Publicaciones de contenidos exclusivos, interacción activa con	Anuncio regular de conciertos y lanzamientos	Ofertas exclusivas para seguidores y envío regular de mail

	lanzamientos de nueva música.	los perfiles y lanzamiento de listas de reproducción.	el público en las redes sociales.	exclusivos de música.	marketing.
Herramientas a Utilizar	- Instagram. - Tiktok. - Spotify.	- Instagram. - Instagram Insights. - Tiktok. - Tiktok Analytics. - Spotify. - Spotify for Artists.	- Instagram. - Instagram Insights. - Tiktok. - Tiktok Analytics. - Spotify. - Spotify for Artists. - Canal de Difusión en Instagram.	- Instagram. - Instagram Insights. - Spotify. - Spotify for Artists. - Canal de Difusión en Instagram.	- Instagram. - Instagram Insights. - X. - Spotify. - Spotify for Artists. - Canal de Difusión en Instagram.

Nota: Elaboración Propia.

Cronograma

Diagrama de Gantt

Se toman en cuenta para la propuesta, al segmento objetivo jóvenes y adultos entre los 18 y 35 años de todos los géneros, que consuman música electrónica, radicados en áreas urbanas y grandes ciudades de Brasil.

Figura 11 - Diagrama de Gantt

Actividad	Medio	KPI	Cobertura	Intensidad	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Eventos	Conciertos	Publico frecuente, Interacciónes, Nuevos Seguidores.	Brasil	Mensual												
Email Marketing	Email	Tasa de apertura y tasa de reactividad.	Brasil	Quincenal												
Redes Sociales	Instagram	Interacciones, Alcance, Nuevos Seguidores, Compromiso.	Brasil	Diario												
	TikTok	Interacciones, Alcance, Nuevos Seguidores, Compartidos.	Brasil	Diario												
Google	Google Ads Analytics	Impresiones, Clics, Paid Search, CTR	Brasil	Diario												
Plataforma de Streaming de Música	Spotify	Reproducciones, Crecimiento del público, Interacción, Seguidores, Oyentes Mensuales.	Brasil	Mensual												

Nota: Elaboración Propia.

Presupuesto

A fin de implementar la estrategia propuesta, abajo está presentado en detalle los costos para alcanzar los objetivos:

Figura 12 - Presupuesto

Presupuesto Plan de Marketing en USD												
Acción	**Enero**	**Febrero**	**Marzo**	**Abril**	**Mayo**	**Junio**	**Julio**	**Agosto**	**Septiempre**	**Octubre**	**Noviembre**	**Diciembre**
Campañas Google Ads	$80	$80	$80	$80	$80	$80	$120	$120	$120	$120	$120	$120
Posicionamiento SEM	$80	$80	$80	$80	$80	$80	$200	$200	$200	$200	$200	$200
Campañas Instagram	$150	$150	$150	$150	$150	$150	$200	$200	$200	$200	$200	$200
Campañas TikTok	$80	$80	$80	$100	$100	$100	$120	$120	$120	$120	$120	$120
Campañas Spotify	$60	$60	$60	$80	$80	$80	$100	$100	$100	$100	$100	$100
Manager	$400	$400	$400	$450	$500	$500	$500	$600	$600	$650	$880	$880
Videomaker/Fotografo	$80	$80	$80	$80	$80	$80	$80	$80	$80	$80	$80	$80
Diseñador Gráfico	$20	$20	$20	$20	$20	$20	$20	$20	$20	$20	$20	$20
Influencers	$350	$350	$350	$350	$400	$400	$400	$400	$400	$400	$400	$400
Email Marketing	$0	$0	$0	$20	$20	$20	$20	$20	$20	$20	$20	$20
Total Mensual	$1.300	$1.300	$1.300	$1.410	$1.510	$1.510	$1.760	$1.860	$1.860	$1.910	$2.140	$2.140

Nota: Elaboración Propia.

Es el presupuesto hay algunos puntos a observar:

- Para las campañas de Instagram y Tiktok, el monto incluye la publicidad en las redes sociales. En el caso de Spotify, incluye el precio a ser pago a los dueños de playlist para que las canciones del DJ sean agregadas en las mismas. Estos valores presentados son un promedio, visto que son variables de acuerdo con los oyentes mensuales.

- El Manager del DJ tiene un contrato anual con el artista, cobra una tarifa fija mensual en lugar de un porcentaje de ingresos. Esta tarifa es un promedio de 13% de los ingresos brutos generados por el DJ.
- Los gastos con videomaker/fotógrafo es apenas para los conciertos que el artista se presenta. No hay un profesional fijo que realiza esta actividad, sino, hay la contratación de profesionales freelancers de manera ocasional.
- El Diseñador Gráfico hará 2 a 4 artes por mes, una para la divulgación de los conciertos del mes siguiente, y otras para los lanzamientos de las canciones del mes. El valor cobrado por mes es de USD 20 para el profesional, independiente de que la cantidad de artes sea 2 o 4 artes.
- Para los Influencers, es pago un valor por colaboraciones.

Profit & Loss - Declaración de Ganancias y Pérdidas

Figura 13 - Profits & Loss 2023

Profits & Loss en USD

	2022	2023
Ingresos	**$21.800**	**$57.000**
Ingresos por conciertos	$20.000	$52.000
Royalties	$1.800	$5.000
Costos	**$800**	**$1.500**
Costo de Producción Musical	$800	$1.500
Margen Bruto	**$21.000**	**$55.500**
Gastos Operativos/Marketing	**$2.380**	**$20.000**
Manager	$0	$6.760
Campañas Redes Sociales y Spotify	$500	$4.380
Mail Marketing	$100	$180
Google (Posicionamiento/Ads)	$1.100	$2.880
Videomaker/Fotógrafo	$580	$960
Influencer	$0	$4.600
Diseñador Gráfico	$100	$240
Ingresos Netos	**$18.620**	**$35.500**

Nota: Elaboración Propia.

En el P&L es posible verificar que las únicas entradas del DJ son a partir de ingresos por conciertos y royalties de las canciones en la plataforma Spotify. Los costos de producción musical se refieren a las inversiones del DJ en programas para producción musical y herramientas musicales. En lo que se refiere a los gastos operativos, el DJ invierte en personal calificado para soporte de su carrera en los conciertos y en la parte administrativa. Así como, también hay inversión en gastos de marketing por algunos medios.

En comparación del año 2022 con el año 2023, se puede verificar que el DJ tuvo un aumento de 38,46% en los ingresos provenientes de conciertos, empezó a invertir en un contrato con un manager para gerenciamiento de su carrera en cuestiones administrativas y también comenzó a invertir en relaciones con influencers para divulgación de su marca. Además de eso, todos los gastos operativos tuvieron un crecimiento, lo que demuestra que la inversión en presencia digital y en marca.

Herramientas de Seguimiento y Control

Tabla 3 - Tablero de Control.

Objetivos SMART	KPI	Meta	Frecuencia de Medición	Herramienta de Medición
Aumentar en 30% la presencia en mercados internacionales a través de eventos y colaboraciones estratégicas, en el período de un año.	- Número total de eventos internacionales participados; - Cantidad de colaboraciones estratégicas establecidas; - Cobertura de medios en mercados internacionales.	- 15 Conciertos Internacionales por año. - 8 Colaboraciones estratégicas por año.	Mensual.	- Gestión interna de eventos; - Informe con número de colaboraciones estratégicas establecidas.
Lograr un aumento de 100% de seguidores en las redes sociales Instagram y Tiktok, en el período de un año.	- Número actual de seguidores en Instagram y TikTok; - Tasa de crecimiento mensual de seguidores.	20 mil seguidores.	Mensual.	- Instagram Analytics; - Tiktok Analytics; - Meta Business Suite.
Incrementar en un 20% la interacción en las redes	- Participación y comentarios en publicaciones;	50 mil interacciones por mes.	Mensual.	- Instagram Analytics; - Tiktok Analytics;

Objetivos SMART	KPI	Meta	Frecuencia de Medición	Herramienta de Medición
sociales, medida por likes, comentarios y compartidos, en los próximos 6 meses.	- Número de menciones, mensajes privados y compartidos de contenido; - Tasa de crecimiento mensual en interacciones; - Participación en encuestas y preguntas interactivas; - Número de menciones y tags en publicaciones compartidas por la audiencia.			- Meta Business Suite.
Alcanzar un aumento de 400% en las reproducciones mensuales en la plataforma Spotify, para tener un promedio de 100 mil	- Número actual de reproducciones mensuales en Spotify; - Tasa de crecimiento mensual de reproducciones;	100 mil oyentes mensuales.	Mensual.	- Estadísticas de Spotify for Artists; - Informes internos de la plataforma.

Objetivos SMART	KPI	Meta	Frecuencia de Medición	Herramienta de Medición
oyentes mensuales, en el período de un año.	- Número de nuevas pistas lanzadas; - Participación en listas de reproducción destacadas.			
Lograr un aumento de 50% en los ingresos anuales a través de sus conciertos, en el período de un año.	- Ingresos actuales generados por conciertos. - Número total de conciertos programados y realizados. - Participación en eventos de gran magnitud. - Evaluación de la satisfacción del público en encuestas post-concierto. - Aumento en la venta de productos durante los conciertos.	USD100.000.	Anual.	- Contabilidad y registros internos; - Reportes de ingresos de eventos y conciertos.

Nota: Elaboración Propia.

La tabla anterior muestra el tablero de control que abarca los objetivos SMART planteados previamente, junto a los principales KPI's clave y las herramientas de medición principales que se utilizarán a lo largo del año. Se detalla de manera precisa la metodología y la periodicidad de la medición para cada objetivo.

Para este seguimiento y control de los objetivos planteados, será imprescindible la utilización de las herramientas analíticas de las redes sociales Instagram y Tiktok, de la plataforma Spotify y Meta Business Suite. En cuanto a los conciertos y los ingresos anuales, las herramientas de medición serán responsabilidad de la gestión interna y de su manager.

Consideraciones Finales

A lo largo del desarrollo de este proyecto se pudo conocer en profundidad al proyecto musical del DJ Bigfett, junto a su personalidad y objetivo como carrera musical. Este plan de marketing para el artista ha sido un proceso integral y colaborativo, en el proceso se han identificado metas ambiciosas y se ha trazado una ruta clara para fortalecer su presencia en el mercado de música electrónica en Brasil y mundialmente. El enfoque ha abarcado desde la presencia en eventos internacionales hasta la expansión en plataformas digitales, reflejando una visión amplia para posicionar al DJ en el ámbito global de la música electrónica.

La inclusión de KPI's específicos y herramientas de medición establecidas permitirá una evaluación constante del progreso, siendo crucial ajustar estrategias según los datos obtenidos y responder ágilmente a las dinámicas del mercado. Así como, la búsqueda proactiva de colaboraciones estratégicas destaca la importancia de establecer conexiones sólidas en la industria. Estas alianzas no solo pueden amplificar la visibilidad de Bigfett, sino también proporcionar oportunidades de crecimiento a largo plazo.

En esta misma línea, el aumento planificado de seguidores y la interacción en redes sociales se alinea con la naturaleza interactiva y social de la música electrónica. El compromiso constante con la audiencia a través de estas plataformas sirve como fortaleza de las conexiones con los oyentes y fans. Además, la meta de aumentar las reproducciones en

Spotify se enfoca en la experiencia del oyente, entonces mejorar la accesibilidad y la calidad del contenido en plataformas de streaming es esencial para la expansión de la base de oyentes.

Aunque se busca un aumento significativo en los ingresos, es esencial mantener un equilibrio entre la expansión y la sostenibilidad financiera. La diversificación de fuentes de ingresos y la gestión eficiente de los costos son aspectos críticos.

En conclusión, este proyecto no solo se trata de promover la marca personal de la carrera del DJ Bigfett, sino también de construir una presencia duradera en la escena global de la música electrónica. El compromiso continuo con las estrategias delineadas en este plan proporcionará una base sólida para el crecimiento continuo y el éxito a largo plazo.

Bibliografía

Ballback, Jane & Slater, Jan. (1999). Marketing yourself and your career. Irvine: Califórnia.

Trenzano, Ferre. (2003). J. M.. Marketing Personal. Barcelona: Gestión 2000.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing (Octava ed.). México: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). Fundamentos de Marketing (Sexta ed.). México: Editorial Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Dirección de marketing. México: Editorial Pearson Education.

Baez, Carlos Julio. (2000). La Comunicación Efectiva. Estados Unidos: INTEC.

Sanz de la Tajada, Luis Ángel. (1974). Los fundamentos del marketing y algunos métodos de investigación comercial. Los Angeles, Esic.

Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2012). El plan de marketing en la práctica. Madrid, Esic.

Bordin, Sady. (2006). Marketing Pessoal: 100 Dicas para valorizar sua imagem. 12. ed. Rio de Janeiro: Record.

Mccaffrey, Mike. (1983). Personal Marketing Strategies. How sell Yourself, Your ideas and Your Services. New Jersey: Editora Spectrum book.

Farias, Edvaldo de. (2005). Planejamento e gestão da carreira profissional: ferramentas e ações para o sucesso. Rio de Janeiro: Sprint.

Normas APA – 7ma (séptima) edición. (n.d.). Obtenido el 12 de Septiembre de 2023, de https://normas-apa.org/.

Bigfett. (n.d.). Spotify. Obtenido 12 de Septiembre de 2023, de https://open.spotify.com/artist/7x68cYMeDnvneRvfFyEyae.

Cómo interpretar los datos de Spotify for Artists – Spotify for Artists. ([s.d.]). Spotify.com. Obtenido 12 de septiembre de 2023, de https://artists.spotify.com/es/blog/how-to-read-your-spotify-for-artists-data .

Marroquin, A. (2023, junio 13). Cómo interpretar tus analíticas de Spotify. Sym Latino Blog. Obtenido 12 de septiembre de 2023, de https://blog.symphoniclatino.com/2023/06/13/como-interpretar-tus-analiticas-de-spotify-2/.

Bonta, P., & Farber, M. (s.f.). 199 preguntas sobre Marketing y Publicidad. Buenos Aires: Norma.

Nacion, L. A. (2023, setembro 4). Qué es Burning Man: el origen del festival en el que murió una persona. LA NACION. Obtenido 13 de septiembre de 2023, de https://www.lanacion.com.ar/estados-unidos/que-es-burning-man-el-origen-del-festival-en-el-que-murio-una-persona-nid04092023/.

Henriques, L. G. M. (2023, agosto 1). *Quanto ganha um artista com músicas no Spotify?* Olhar Digital. Obtenido 12 de octubre de 2023, de https://olhardigital.com.br/2023/08/01/internet-e-redes-sociais/quanto-ganha-um-artista-com-musica-no-spotify/

Peleg, N. (2022, marzo 25). *Calculadora de Royalties do Spotify - Actualizado en 2023*. SoundCampaign. Obtenido 12 de octubre de 2023, de https://soundcamps.com/pt-br/spotify-royalties-calculator/