ESCUELA DE EDUCACION SUPERIOR PRIVADA TOULOUSE LAUTREC

TÍTULO DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN

Lumina Stella Film's produce material audiovisual para músicos independientes con el objetivo de reducir carga laboral innecesaria y a la vez elevar el estándar de calidad en las producciones audiovisuales.

Proyecto de innovación para obtener el grado de bachiller en las siguientes carreras

AUTORES

ANDHONY RICARDO CIEZA MENDOZA

Carrera: Comunicación Audiovisual Multimedia

LIENZO DEL TEMA - PROBLEMA - RETO

TEMA

En el área del arte musical y audiovisual.

ODS:
(8). Trabajo decente y crecimiento económico.
(17). Alianzas para lograr los objetivos

PROBLEMA

La música independiente en el Perú no es una industria sólida y los proyectos musicales son autofinanciados por el artista, limitando la calidad de su producción y desarrollo artístico.

EVIDENCIA

Link 01

Link 02

Link 03

Link 04

Link 05

LIENZO DEL TEMA - PROBLEMA - RETO

CAUSAS

1. Falta de visión de negocio en el artista

2. La piratería musical

3. La falta de conciencia social por la importancia de la música

4. La necesidad de buscar nuevos formatos de exposición

5. La falta de difusión de contenido nacional en radíos.

CONTEXTO

La música nacional se encuentra en una etapa de transición y adaptación a los nuevos medios digitales con el objetivo de rescatar el valor e importancia del artista.

USUARIO

Los músicos independientes
El público consumidor

IMPACTO SOCIAL

Generar oportunidades y posibilidades de desarrollo cultural en el país.

IMPACTO ECONÓMICO

Generar un flujo de movimiento económico en el rubro artístico y audiovisual, que brinde la posibilidad de una industria estable.

¿QUÉ EXISTE AHORA?

El internet, redes sociales y plataformas streaming.

¿QUÉ NO FUNCIONA?

El efecto de lejanía que genera promover su arte a través de los medios digitales y lo precario de sus producciones audiovisuales.

CONSECUENCIAS

No resolver el problema puede generar que carreras artísticas con potencial desaparezcan o se estanquen en lo convencional y precario de sus producciones.

LIENZO DEL TEMA - PROBLEMA - RETO

¿POR QUÉ ES UN PROBLEMA?

No fomentaríamos la diversificación de géneros musicales en el país.

¿POR QUÉ ES UN PROBLEMA?

Porque no sería viable vivir de la música y aportar a la sociedad.

¿POR QUÉ ES UN PROBLEMA?

Porque no seríamos un modelo de mercado nacional e internacional para la música.

¿POR QUÉ ES UN PROBLEMA?

Porque no se daría la oportunidad de desarrollar una industria musical estable en el país.

¿POR QUÉ ES UN PROBLEMA?

Porque no se forma una cultura e identidad musical en el Perú.

LIENZO DEL TEMA - PROBLEMA - RETO

REESCRIBIR EL PROBLEMA

La música independiente en el Perú no es una industria sólida y los proyectos son autofinanciados por el artista, limitando la calidad de su producción y desarrollo artístico.

EVIDENCIA

Link 01

Link 02

Link 03

¿QUÉ ES LO REVELANTE?

La ausencia de una industria musical en el país sea estable, obliga a muchos artistas a autofinanciar sus producciones y por ende limitar el nivel y calidad puesta en la venta y exposición de su material musical.

RETO DE DISEÑO

¿Cómo fortalecemos la idea de negocio en "artistas" independientes para elevar el estándar de calidad en las producciones audiovisuales de músicos y damos oportunidades de exhibición a nuevos artistas independientes y emergentes?

MAPA DE ACTORES



HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN



Entrevistas

11

Entrevistados de 30 minutos a 1 hora de duración. Entre ellos un director reconocido en videoclips, productor musical, compositores, musicos y estudiantes



Encuestas

131

3 encuestas distintas, con preguntas orientadas para el músico, audiencia y profesionales del medio.



Taller

1

Invitamos a 6 músicos y compositores de distintos géneros para que expongan la problemática del sector.

ENTREVISTA CON PERCY CÉSPEDEZ

Percy Céspedez es uno de los pocos, por no decir el único, de los profesionales audiovisuales que a conseguido reconocimiento internacional por su trabajo y esfuerzo puesto en la profesionalización de la música en el Perú. Su trabajo con Warner, Sony y Universal Music nos llevó a buscar respuestas en una entrevista otorgada para esta investigación.

LINK: Entrevista con Percy Céspedez



RESPUESTAS CLAVES DE LA INVESTIGACIÓN

Falta de información sobre leyes de derechos de autor en el país

En otros países, el audiovisual funciona porque la industria funciona.

La industria en Colombia y México existe y ven al trabajo y arte con respeto.

Cuando se empieza a estudiar música ya entras con una idea clara sobre el género que vas a realizar.

Las herramientas y los medios de exhibición están, depende de cada uno hacer su herramientas y buscar esa exhibición.

Los estereotipos negativos a los músicos que recién empiezan pueden perjudicarlos emocionalmente dependiendo de la persona

Sacarse el chip de que uno puede hacerlo todo, primero hay que prepararse.

No importa el instrumento ni la base lo único que importa es lo que quieres transmitir. Construir la propia identidad.

En el escenario no importa que tan bien toques la guitarra es que tan bien te veas en el escenario.

Muchos artistas o están aprovechando los medios digitales que tienen para hacerse un nombre o no pueden encontrar su lugar sin estar en un medio físico.

La música te puede transmitir mucho mas que el propio lenguaje.

Los conciertos digitales no reemplazan el sentimiento de estar con el público en vivo junto a tí.

Si el producto es bueno, es difícil que no tenga exposición.

Para crecer, primero tienes que hacerte conocido con tu entorno.

Se tiene que tener una relación con muchas personas del medio para tener oportunidades.

Recomiendo que cada artista haga su propio FODA

No solo se trata de crear música, si no que también importa trabajar la imagen de cada uno

De tanto decirte las cosas, te las crees y las haces

La autocrítica te ayuda más de lo pensado

No puedes venderte sin vender tu imagen

No hay visibilidad ni apoyo por parte de la población y el estado

Se tiene que empezar a ver la música como un producto

Tienes que tocar puertas y no esperar a que te den todo como "pan comido"

Las instalaciones de locales están pocas evolucionadas

Resalta que cada genero tiene una formula distinta y resalta la importancia de pensar en el contenido que se produce

ANÁLISIS DE ENCUESTAS PARA AUDIENCIA

- El público escucha a gran medida contenido internacional y comercial, sin embargo Explosión de Iquitos está dentro de lo más escuchado últimamente debido a su fama viral.
- Las respuestas del público confirman que las redes sociales juegan un papel importante a la hora de promocionar las canciones de los artistas, mencionando que han descubierto nuevas canciones a través de publicidad como también en los contenidos que se comparte dentro de ellas.
- Actualmente Spotify es la plataforma más usada para escuchar música.
- El público reconoce que aún muestra resistencia al momento de comprar música o contenido musical.
- Muchos de los artistas independientes carecen de herramientas y lugares de exhibición para generar contenido.

ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

A raíz de las encuestas y entrevistas recopiladas en la investigación, llegamos a la conclusión general de que el gran problema de la industria musical es la falta de profesionalización por parte de músicos y artistas. Además de factores externos que posiblemente afecten a la formalización de una industria en el país, como la falta de apoyo por parte de medios y la ausencia de reconocimiento al talento y esfuerzo de los músicos por parte de la sociedad.

ARQUETIPOS

Nuestro principal arquetipo es el músico independiente por lo que su principal contraparte es la audiencia, en este caso jóvenes en edad adulta y en etapa de estudios universitarios.

ARQUETIPO - MÚSICO



El vestuario tiende a ser llamativo y extravagante.
Lleva elementos característicos de su personalidad musical.

¿QUÉ ES LO QUE DICE?

Dice que necesita apoyo, reconocimiento, herramientas y un equipo de trabajo de otras áreas creativas en favor de su desarrollo artístico.

FORMACIÓN

Es cantante de profesión y gran parte empírico, estudió en la upc

ENTORNO

Es sociable y tiene amigos relacionados a las artes. Se mueven dentro de su círculo artístico.

REDES SOCIALES

Usa Instagram para promocionar y mover sus producciones musicales.
Se conecta a través de computadora y su celular

TIPO DE OCIO

En su tiempo libre sigue ensayando y componiendo.
Sale en búsqueda de nuevas experiencias, pasea mucho y se reúne con amigos para beber o celebrar mometos.

PAINS

Le molesta no contar con apoyo por medios de difusión. La falta de herramientas para maximizar su contenido.
Le molesta cuando el público no comparte su contenido en redes.

GAINS

Necesita apoyo de difusión. Necesita mayor conciencia por parte de los locales o bares al momento de ofrecer espacios adecuados y preparados para la exhibición de sus shows.
Espera contar con mayor reconocimientos por parte de los medios y el público.
Espera ser remunerado y valorado.

ARQUETIPO - AUDIENCIA



El vestuario tiende a seguir las modas y tendencias, clásica.
Su peinado tiene estilo y es cómodo.

¿QUÉ ES LO QUE DICE?

Le gusta estar al día, apoya los movimientos sociales y a favor de su generación, se siente parte del todo.

FORMACIÓN

Estudiantes jóvenes universitarios

ENTORNO

Es sociables y tiene amigos que son super fanáticos de músicos.

REDES SOCIALES

Usa Instagram, Facebook y Tiktok, se conecta desde su celular, Tablet y laptop

TIPO DE OCIO

En tiempos libres revisa las redes de sus artistas favoritos, esta al día de lo que publican y de sus nuevos lanzamientos

PAINS

Le molesta la indiferencia.
Exige mayores oportunidades creativas y laborales.
Le molesta no poder asistir a conciertos y eventos presenciales.

GAINS

Espera encontrar más artistas a los que seguir.
Espera ser famosa en redes.
Necesita mayor exhibición.

INSIGHTS

INSIGHT	CONTEXTO	APRENDIZAJE	MOTIVACIÓN	CONSECUENCIAS
Los músicos peruanos exigen herramientas de gestión para su música, sin embargo no las buscan.	Existen otros caminos de apoyo para el artista pero no son del todo visibles y promocionados.	El músico exige pero no busca.	El artista se guía por lo emocional antes que lo racional.	El artista no está del todo preparado para autogestionarse.
El público oyente reconoce la falta de apoyo al artista pero aún así muestra resistencia al momento de apoyar al artista.	Existen medios de apoyo por parte del público pero aún así no hay disposición a hacerlo.	El público no contempla dentro de sus gastos el entretenimiento.	El público no considera una necesidad gastar en entretenimiento.	El público opta por caminos gratis y rápidos para obtener lo que quiere.
Todo artista busca el éxito pero con escasas herramientas se gestiona solo.	El artista se encuentra limitado de herramientas de gestión y de promoción.	El artista necesita capacitarse en otras áreas de la gestión musical.	El artista necesita y espera recibir herramientas.	El músico limita sus capacidades de promoción y difusión.
Los artistas no ven a la música como un negocio.	Los músicos creen que solamente su música tiene que transmitir y conectar con el público de la forma en que ellos piensan.	La música es una industria y un negocio.	El músico se deja llevar por sus emociones e ideas.	El resultado no es el esperado.

PROPUESTA DE VALOR

GAINS CREATOR

Nuestros servicios de Prod, Rea y MM ayudarán al "artista" a transformar su música en un producto, a través de una gestión automatizada que nos permita producir , realizar y posteriormente desarrollar una estrategia de comercialización y exhibición para cada proyecto.

Las formas de pago inculcarán la idea de negocio, por ende el ahorro y la inversión en sí mismo.

VALUE PROPOSITION

El cliente está trabajando para sacar adelante su música.

Intenta resolver el inconveniente de no contar con un equipo profesional para producir su contenido audiovisual.



JOBS TO DONE

La agencia se ocupará del trabajo que hasta el momento ejerce el "artista" independiente, como es la producción, realización audiovisual y el marketing musical. De esta forma alivianamos el peso de trabajo, los tiempos y los costos de inversión del "artista". Además, liberamos estrés, ansiedad y preocupación, de esta forma podrá enfocar la mayor parte de su tiempo en crear música.

GAINS

El cliente espera exhibición, tener una comunidad que los apoye, conseguir difusión por parte de todos los medios posibles, contratos con disqueras, reconocimiento y presupuesto.



JOBS TO DONE

El cliente está trabajando para sacar adelante su música.

Intenta resolver el inconveniente de no contar con un equipo profesional para producir su contenido audiovisual.

falta de profesionalización en el rubro musical

PAINS

El cliente no cuenta con el dinero suficiente para seguir escalando en la "industria musical"

Lo frustra no contar con plataformas de exhibición, difusión de música y reconocimiento.

LOGO

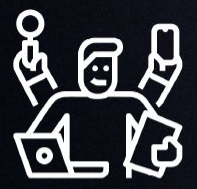
LUMINA STELLA FILM'S

variación:

LUMINA STELLA FILM'S

¿QUÉ HACEMOS?

Lumina Stella Film's reduce la carga laboral en cada etapa de tu proyecto musical, maneja estándares de calidad y además ofrece facilidades de armar paquetes audiovisuales con posibilidades de pago en cuotas.






REEL



LINK: Reel Lumina Stella Films

CANVA

0. VISIÓN UTÓPICA

Dar impulso y brindar herramientas al músico independiente para consolidar la industria musical en el país

7. ALIADOS CLAVES

Nuestros socios son marcas y empresas.

Los rental, catering, locaciones, estudios y plataformas digitales como PlugMusix.

Obtenemos el apoyo financiero y el apoyo material de marcas a cambio de exhibir su imagen y productos a través de nuestros artistas.

Realizan actividad como prestación de servicios y productos. Venta de ropa, productos, comida, equipos, etc.

5. ACTIVIDADES CLAVES

Requerimos de un esquema de trabajo contemplando tiempos de pre producción, realización y post producción. Además del desarrollo de una página web, adquisición de equipos audiovisuales que aseguren un mínimo estándar comercial

6. RECURSOS CLAVES

Requerimos de un equipo de trabajo, y de financiación para costear recursos humanos y técnicos.

1.PROPUESTA DE VALOR

Somos una agencia audiovisual para músicos independientes. Automatizamos y soportamos la carga laboral de las producciones audiovisuales que ellos autogestionan y materializamos sus proyectos musicales ofreciendo facilidades de pago en proporción a un producto competitivo para el mercado musical.

4.RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Captamos clientes a través de nuestras estrategias en redes y el apoyo de nuestros aliados estratégicos
Con la gestión y la automatización de sus proyectos musicales, reduciendo la carga laboral del desarrollo artístico que implica el lanzamiento de una canción o álbum

3.CANALES

Instagram - Facebook - Spotify - Tik Tok - Youtube

Funcionan como medios de fácil acceso para alcanzar al público deseado

2.SEGMENTO DE CLIENTES

Músicos independientes en su fase temprana

Poseen talento por la música, financian por cuenta propia sus producciones musicales, van a conciertos, buscan hacer su música conocida y van tras el éxito.

Producción y realización audiovisual / musical (imagen, sonido, material visual, etc)

8.PRESUPUESTOS

Costo humano (equipo técnico)
Costo de alquiler de estudio de grabación y/o foto
Costo de servicios de internet y luz
Costos de pre producción, realización y post producción

9.FUENTE DE INGRESO

Nuestra fuente de ingreso proviene de las facilidades de pago que ofrecemos, disponemos de tres paquetes audiovisuales que cumplen con las necesidades de cada músico en las diversas etapas de sus proyectos musicales.

CUSTOMER JOURNEY MAP "TO BE"

	ANTES			DURANTE			DESPUÉS		
MOMENTOS	Captación	Entrevista (brief)	Presentación del tratamiento	Pre producción	Realización	Post producción	Diseño de campaña	Promoción de campaña	Cierre de campaña
HECHOS	Primer acercamiento con el artista, se dará por redes y otros medios de difusión	Recolectar información relevante sobre el artista. En esta etapa estará el artista, el productor y director de proyecto.	Visión del proyecto, a través de material audiovisual para entender el concepto que se va a desarrollar. En esta etapa estarán los jefes de área y el artista.	Gestión de equipos técnicos y humanos, además de conseguir los materiales para la realización de cada etapa. En esta etapa estarán los jefes de área trabajando con el área de producción.	Ejecución de los servicios en específico. En esta etapa estará el total de equipo y solo de ser necesario, el artista.	Se analiza el material, se procede a diseñar y ejecutar la visión del proyecto. En esta etapa se encuentra el post productor y en ciertos casos el director del proyecto.	Se analizan los objetivos y alcances a conseguir para el proyecto. En esta etapa se encuentra el área de marketing ejecutando un plan de trabajo con el artista.	Se dedica el tiempo y las estrategias diseñadas para difundir el proyecto en todas las redes sociales y ámbitos disponibles	Momento final donde se evalúan y proyectan las metas alcanzadas. En esta etapa se encuentra el equipo de trabajo y el artista.
PIENSA/ SIENTE	Piensa en la incertidumbre que le puede generar trabajar con nosotros, se siente nervioso y ansioso.	Piensa en su proyecto, sus motivaciones, sus proyecciones y deseos. Se siente apasionado y ansioso.	Piensa en cómo se verá el resultado final, siente incertidumbre, nerviosos y ansiedad pero tiene confianza.	Piensa en el proyecto, se siente concentrado, feliz, comprometido y disponible.	Piensa en sí mismo, en dar lo mejor. Siente nervios, ilusión, compromiso, dedicación y pasión.	Piensa en el producto final, se siente emocionado, con ansias, intriga.	Piensa en los buenos resultados. Está enfocado y anioso.	Piensa en los detalles, el impacto y está meticuloso, feliz, expectante, comprometido, nervioso.	Piensa en los buenos resultados, se siente satisfecho y motivado
EMOCIONES	Nervios, expectativas, pasión, visión.	Emoción, nervios, expectativas, pasión, visión.	Emoción, ilusión, nervios, ansiedad.	Concentración, felicidad, compromiso, disposición.	Nervios, ilusión, compromiso, dedicación y pasión.	Emoción, ansias, intriga.	Enfocado y a la espera de resultados	Meticuloso, feliz, expectante, comprometido, nervioso.	satisfecho y motivado

ANTES

FASES			
ETAPAS	**1. redes**	**2. web**	**3. contacto**
TOUCHPOINTS	Visita de Redes: IG, FB, Tik Tok. etc.	Landing web y móvil.	Interacción con la agencia.
FRONT END	Contenido Bienvenida "Personalizada"	Información de agencia, descripción de servicios y formulario de datos.	Recibir un correo Mensaje de Whatsapp
BACK END	Diseño de Contenido Envío de mensaje personalizado	Diseño y actualización web Asistencia personalizada "automatizada" Armado de Base de datos.	Se envía el correo con datos. Se envía el mensaje de whatsapp
HECHOS	Es la primera interacción del artista con nosotros, visita nuestras redes sociales y es atraído por la vestidura de redes. El artista es recibido con un mensaje personalizado con su información personal y es invitado a visitar nuestra web para más información.	El artista visita la web, conoce más sobre nosotros, nuestros servicios y es guiado a dejar sus datos de contacto. El CM hace el seguimiento y arma la base de datos.	Es el primer contacto directo con el artista, el CM envía un correo personalizado con fecha, hora y link de reunión. Además de un Wsp directo y personalizado.
ACTORES	CM y Diseñador Gráfico	CM.	CM.
ARTEFACTOS	Plantillas gráficas	Web	Correo y el Wsp
FRONT END	Contenido y mensaje personalizado	Contenido Web	Contenido de correo y mensaje de wsp
BACK END	Laptop, movil	Diseño de contenido web y móvil.	Laptop, movily mensaje de wsp

DURANTE

FASES					
ETAPAS	**Entrevista (brief)**	**Levantamiento de información**	**Financiamiento**	**Concepto**	**Mood Board**
TOUCHPOINTS	Videollamada	Segmentación del artista.	Cotización por servicio	Diseño de Idea	Referencia Visual
FRONT END	Entrevista		Documento formal de cotización	Concepto general.	Concepto general.
BACK END	Formulario o pauta de entrevista.	Procesar información.	Armado de presupuesto, gastos generales e inversión de capital	Lluvia de idea y recopilación de información del artista.	Lluvia de idea y recopilación referencias visuales para entender el concepto visual.
HECHOS	El Director recopila información sobre el artista después de seguir su pauta o brief.	Procesado de información, planificación, idea de concepto, etc.	En base a las necesidades del proyecto musical del artista, se cotiza el servicio a ofrecer.	Junto a jefes de área se desarrolla el concepto general para el proyecto musical del artista.	Tomando el punto de partida conceptual, se procede a armar el referente visual de la idea.
ACTORES	Director, Asistente de Dirección y Artista.	Director, Asistente de dirección y Jefes de área.	Productor General	Director Creativo y Jefes de Área.	Director Creativo y Director de Arte
ARTEFACTOS	Brief	Formularios	Formato Presupuesto.	Presentación PPT (Tratamiento)	Presentación PPT (Tratamiento)
FRONT END	Zoom			Tratamiento	Tratamiento
BACK END	Programa de grabación y recopilación de información.	Registros		Corrección de redacción y diseño de PPT	Corrección de contenido y diseño de PPT

DURANTE

FASES					
ETAPAS	**Key Visual**	**Presentación del tratamiento**	**Cambios a realizar**	**Presentación Final de tratamiento**	**Pre producción**
TOUCHPOINTS	Diseño o Semilla	Presentación del tratamiento al cliente y al equipo.	Corrección de Tratamiento	Presentación del tratamiento al cliente.	Pre Producción
FRONT END	Concepto general.	Tratamiento	Tratamiento	Tratamiento	Carpeta de producción
BACK END	Paleta de Colores, Ilustración y Estilo tipográfico.	Presentación PPT virtual o presencial.	Corrección de diseño.	Presentación PPT virtual o presencial.	Hojas de cálculo, carpetas de cliente, presupuestos, contactos.
HECHOS	Se plasma un diseño visual consistente que refleje el concepto del proyecto y el del artista para luego armar el tratamiento	Se sustenta el tratamiento al artista y al equipo (por separado) y se recopila información para futuros cambios o modificaciones.	Se efectúan las últimas correcciones al documento.	Se sustenta el tratamiento final al artista. Aprobación de documentos	El productor comienza su labor para juntar al equipo, ordenar y ejecutar los primeros pasos para desarrollar el proyecto artístico.
ACTORES	Director y Diseñador	Productor, Director Creativo, Artista y Crew.	Director Creativo	Productor, Director Creativo y Artista.	Productor y Crew.
ARTEFACTOS	Diseño o Semilla	Tratamiento PPT	Tratamiento PPT	Tratamiento PPT	Carpeta de producción.
FRONT END	Tratamiento	Tratamiento	Tratamiento	Tratamiento	
BACK END		Sala de presentación, Presentador, proyector y asistente.		Sala de presentación, Presentador, proyector y asistente.	Hojas de cálculo, carpetas de cliente, presupuestos, contactos.

DESPUÉS

FASES					
ETAPAS	**Cover Art**	**Recursos Audiovisuales**	**Recursos Gráficos**	**Redes sociales**	**Merch**
TOUCHPOINTS	Identidad de Marca	Concepto musical	Concepto musical y visual.	Campaña de Redes Sociales	Diseño de productos
FRONT END	Propuestas de diseño artístico.	Propuestas de desarrollo audiovisual.	Gráficas para redes	Vestidura de Redes	Muestro de productos
BACK END	Bocetos e ideas de diseño y concepto.	Tratamiento, armado de propuestas de video para exhibición, pre producción, realización y post producción.	Realización de recursos gráficos	Diseño de Contenido, planificación, pauta, segmentación, etc.	Coordinación, diseño y bocetos, primeras muestras.
HECHOS	El Director Creativo y Diseñador Gráfico procede al trabajo de diseño de portada e imagen para el artista y su disco o proyecto musical.	Según lo requerido, el Director Creativo arma un tratamiento para el videoclip del single a lanzar y otras alternativas audiovisuales. Se ejecutan las diversas etapas de producción, realización y post producción para obtener el producto final.	En base a la línea gráfica del artista, el diseñador ejecuta el armado de contenido para redes.	Con el material obtenido, el área de marketing arma una campaña de redes para el artista y su proyecto musical.	Con la identidad de marca el área de marketing procede a diseñar material para la propaganda del artista a través de redes, conciertos, activaciones, etc. Finalmente el Productor y el artista da el visto bueno.
ACTORES	Director Creativo y Diseñador	Productor, Director, Post Productor y Crew.	Diseñador Gráfico y Marketing.	Marketing Musical y Community Manager	Productor, Artista y Equipo de Marketing Musical
ARTEFACTOS	Carpeta de Diseño	Programas de Diseño	Programas de diseño	Campaña de Redes	Campaña de Merch
FRONT END	Cover Art	Producto Final Audiovisual.	Gráficas oficiales	Vestidura de redes	Merch
BACK END	Diseño, concepto, muestreo, etc.	Post Producción y diseño de contenido.	Diseño gráfico	Diseño de Contenido, planificación, pauta, segmentación, etc.	Coordinación, diseño y activaciones.

BLUE PRINT

MÍNIMO VIABLE

Como una breve introducción al blue print, queremos resaltar tres momentos claves en la experiencia de nuestro consumidor. El momento de captación a través de redes, el instante del contacto para la posterior entrevista personal (brief) y finalmente el levantamiento de información en base al brief realizado al músico como pieza clave para el desarrollo del proyecto musical.

ANTES

FASES			
ETAPAS	1. redes	2. web	3. contacto
TOUCHPOINTS	Visita de Redes: IG, FB, Tik Tok. etc.	Landing web y móvil.	Interacción con la agencia.
FRONT END	Contenido Bienvenida "Personalizada"	Información de agencia, descripción de servicios y formulario de datos.	Recibir un correo Mensaje de Whatsapp
BACK END	Diseño de Contenido Envío de mensaje personalizado	Diseño y actualización web Asistencia personalizada "automatizada" Armado de Base de datos.	Se envía el correo con datos. Se envía el mensaje de whatsapp
HECHOS	Es la primera interacción del artista con nosotros, visita nuestras redes sociales y es atraído por la vestidura de redes. El artista es recibido con un mensaje personalizado con su información personal y es invitado a visitar nuestra web para más información.	El artista visita la web, conoce más sobre nosotros, nuestros servicios y es guiado a dejar sus datos de contacto. El CM hace el seguimiento y arma la base de datos.	Es el primer contacto directo con el artista, el CM envía un correo personalizado con fecha, hora y link de reunión. Además de un Wsp directo y personalizado.
ACTORES	CM y Diseñador Gráfico	CM.	CM.
ARTEFACTOS	Plantillas gráficas	Web	Correo y el Wsp
FRONT END	Contenido y mensaje personalizado	Contenido Web	Contenido de correo y mensaje de wsp
BACK END	Laptop, movil	Diseño de contenido web y móvil.	Laptop, movily mensaje de wsp

DURANTE

FASES					
ETAPAS	**Entrevista (brief)**	**Levantamiento de información**	**Financiamiento**	**Concepto**	**Mood Board**
TOUCHPOINTS	Videollamada	Segmentación del artista.	Cotización por servicio	Diseño de Idea	Referencia Visual
FRONT END	Entrevista		Documento formal de cotización	Concepto general.	Concepto general.
BACK END	Formulario o pauta de entrevista.	Procesar información.	Armado de presupuesto, gastos generales e inversión de capital	Lluvia de idea y recopilación de información del artista.	Lluvia de idea y recopilación referencias visuales para entender el concepto visual.
HECHOS	El Director recopila información sobre el artista después de seguir su pauta o brief.	Procesado de información, planificación, idea de concepto, etc.	En base a las necesidades del proyecto musical del artista, se cotiza el servicio a ofrecer.	Junto a jefes de área se desarrolla el concepto general para el proyecto musical del artista.	Tomando el punto de partida conceptual, se procede a armar el referente visual de la idea.
ACTORES	Director, Asistente de Dirección y Artista.	Director, Asistente de dirección y Jefes de área.	Productor General	Director Creativo y Jefes de Área.	Director Creativo y Director de Arte
ARTEFACTOS	Brief	Formularios	Formato Presupuesto.	Presentación PPT (Tratamiento)	Presentación PPT (Tratamiento)
FRONT END	Zoom			Tratamiento	Tratamiento
BACK END	Programa de grabación y recopilación de información.	Registros		Corrección de redacción y diseño de PPT	Corrección de contenido y diseño de PPT

DURANTE

FASES					
ETAPAS	**Key Visual**	**Presentación del tratamiento**	**Cambios a realizar**	**Presentación Final de tratamiento**	**Pre producción**
TOUCHPOINTS	Diseño o Semilla	Presentación del tratamiento al cliente y al equipo.	Corrección de Tratamiento	Presentación del tratamiento al cliente.	Pre Producción
FRONT END	Concepto general.	Tratamiento	Tratamiento	Tratamiento	Carpeta de producción
BACK END	Paleta de Colores, Ilustración y Estilo tipográfico.	Presentación PPT virtual o presencial.	Corrección de diseño.	Presentación PPT virtual o presencial.	Hojas de cálculo, carpetas de cliente, presupuestos, contactos.
HECHOS	Se plasma un diseño visual consistente que refleje el concepto del proyecto y el del artista para luego armar el tratamiento	Se sustenta el tratamiento al artista y al equipo (por separado) y se recopila información para futuros cambios o modificaciones.	Se efectúan las últimas correcciones al documento.	Se sustenta el tratamiento final al artista. Aprobación de documentos	El productor comienza su labor para juntar al equipo, ordenar y ejecutar los primeros pasos para desarrollar el proyecto artístico.
ACTORES	Director y Diseñador	Productor, Director Creativo, Artista y Crew.	Director Creativo	Productor, Director Creativo y Artista.	Productor y Crew.
ARTEFACTOS	Diseño o Semilla	Tratamiento PPT	Tratamiento PPT	Tratamiento PPT	Carpeta de producción.
FRONT END	Tratamiento	Tratamiento	Tratamiento	Tratamiento	
BACK END		Sala de presentación, Presentador, proyector y asistente.		Sala de presentación, Presentador, proyector y asistente.	Hojas de cálculo, carpetas de cliente, presupuestos, contactos.

DESPUÉS

FASES					
ETAPAS	**Cover Art**	**Recursos Audiovisuales**	**Recursos Gráficos**	**Redes sociales**	**Merch**
TOUCHPOINTS	Identidad de Marca	Concepto musical	Concepto musical y visual.	Campaña de Redes Sociales	Diseño de productos
FRONT END	Propuestas de diseño artístico.	Propuestas de desarrollo audiovisual.	Gráficas para redes	Vestidura de Redes	Muestro de productos
BACK END	Bocetos e ideas de diseño y concepto.	Tratamiento, armado de propuestas de video para exhibición, pre producción, realización y post producción.	Realización de recursos gráficos	Diseño de Contenido, planificación, pauta, segmentación, etc.	Coordinación, diseño y bocetos, primeras muestras.
HECHOS	El Director Creativo y Diseñador Gráfico procede al trabajo de diseño de portada e imagen para el artista y su disco o proyecto musical.	Según lo requerido, el Director Creativo arma un tratamiento para el videoclip del single a lanzar y otras alternativas audiovisuales. Se ejecutan las diversas etapas de producción, realización y post producción para obtener el producto final.	En base a la línea gráfica del artista, el diseñador ejecuta el armado de contenido para redes.	Con el material obtenido, el área de marketing arma una campaña de redes para el artista y su proyecto musical.	Con la identidad de marca el área de marketing procede a diseñar material para la propaganda del artista a través de redes, conciertos, activaciones, etc. Finalmente el Productor y el artista da el visto bueno.
ACTORES	Director Creativo y Diseñador	Productor, Director, Post Productor y Crew.	Diseñador Gráfico y Marketing.	Marketing Musical y Community Manager	Productor, Artista y Equipo de Marketing Musical
ARTEFACTOS	Carpeta de Diseño	Programas de Diseño	Programas de diseño	Campaña de Redes	Campaña de Merch
FRONT END	Cover Art	Producto Final Audiovisual.	Gráficas oficiales	Vestidura de redes	Merch
BACK END	Diseño, concepto, muestreo, etc.	Post Producción y diseño de contenido.	Diseño gráfico	Diseño de Contenido, planificación, pauta, segmentación, etc.	Coordinación, diseño y activaciones.

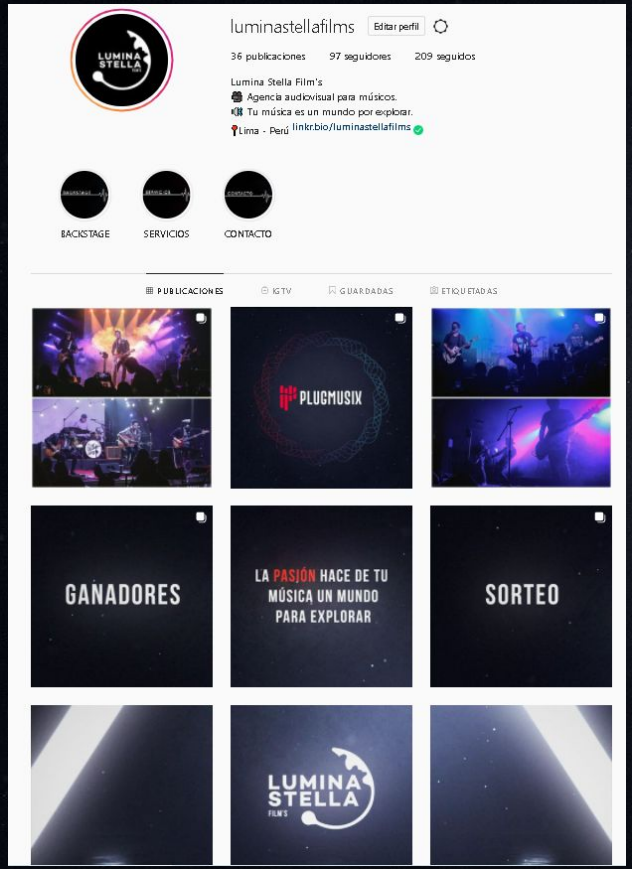
SERVICIOS

- Videoclips — Performance, conceptual, narrativo, etc
- Video Sesiones — En estudio y exteriores.
- Video Lyrics
- Sesiones Fotográficas — En estudio y exteriores.
- Diseño de Cover Art
- Merchandising Musical
- Estrategias de redes — Accesorios
- Cobertura de conciertos y eventos musicales. — Foto y Video

PROYECTOS EN EJECUCIÓN

Bruno Barboza	Cover Art
Joel Mena	Videoclip
Paolo Ávalos	Video Cover
Clo Dmian	Visualizer
PlugMusix	Alianza - Conciertos - Taller

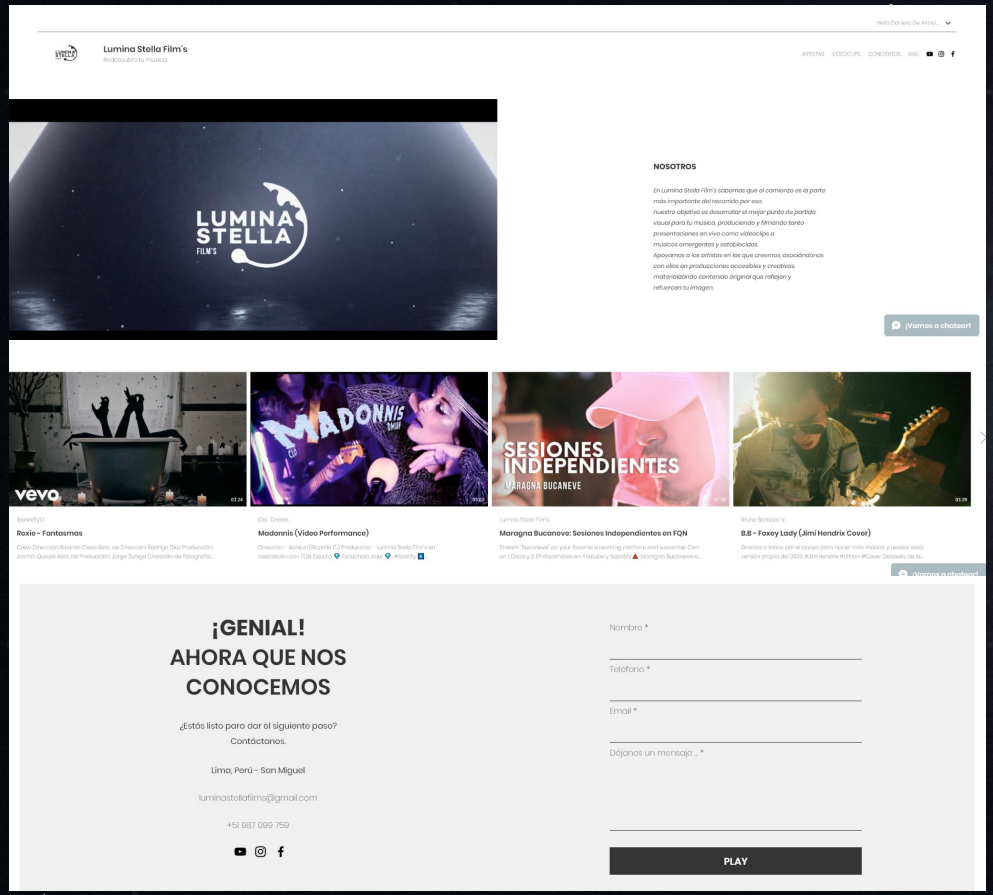
INSTAGRAM



Principal red social con la mayor interacción con el público. Logramos lanzar nuestro primer sorteo como tambien tenemos planeado crear nuevas activaciones por este medio junto a Plugmusix, aliados clave para conseguir clientes potenciales.

LINK: Lumina Stella Film's (@luminastellafilms) • Fotos y videos de Instagram

WEB



tener una página web nos brinda credibilidad ante los clientes potenciales, nos ayuda a ser visibles en los buscadores además de utilizarlo para recaudar data escencial de nuestros posibles clientes

LINK: [NOSOTROS | Lumina Stella Film's (wixsite.com)]

FACEBOOK



Facebook nos permitira tener un mejor diálogo con nuestra comunidad de una forma sencilla, ademas de mejorar nuestra imagen de marca con la difusión de cada proyecto bajo el sello de Lumina Stella Film's

LINK: Lumina Stella Film's (facebook.com)

Lumina Stella Film's
Publicado por Daniela De Almeida · 29 de julio a las 21:21 ·

Si aún no lo sabías, este sábado 31 estaremos cubriendo el concierto de Los Carpinteros donde además lanzarán su nuevo disco 💿.

Nuestros amigos de Plugm usix 🎶 y Pierre On The Rocks 🤙 nos dieron la oportunidad de sortear 3 entradas virtuales para ustedes!!! 🎟️

📲 Solo tienes que seguir los pasos que aparecen en nuestra cuenta de Instagram y con eso tu participación es garantizada. Anunciaremos a los ganadores este Viernes 30 🥣

htt... Ver más



Lumina Stella Film's
Video musical

Enviar mensaje

406 Personas alcanzadas | 19 Interacciones | +858,0x más alta Puntuación de distribución | Promocionar publicación

6 | 3 veces compartida

Me gusta | Comentar | Compartir

Comenta como Lumina Stella Film's

Pulsa 'Intro' para publicar.

Lumina Stella Film's está en Perú.
Publicado por Ricardo Cieza · 28 de julio a las 19:01 ·

¡El Perú es uno! y nosotros parte de él.

Nunca olvidemos de dónde venimos y no perdamos el rumbo de a dónde vamos. Con la mano en el pecho, reconozcamos que juntos podemos ser mejores y hagamos de este bicentenario el pretexto perfecto para un Perú distinto.



Recibe más mensajes para Lumina Stella Film's
Puedes añadir un botón de Messenger a la publicación para que Lumina Stella Film's reciba más mensajes.

236 Personas alcanzadas | 9 Interacciones | Promocionar publicación

2 | 1 vez compartido

Me gusta | Comentar | Compartir

Comenta como Lumina Stella Film's

Pulsa 'Intro' para publicar.

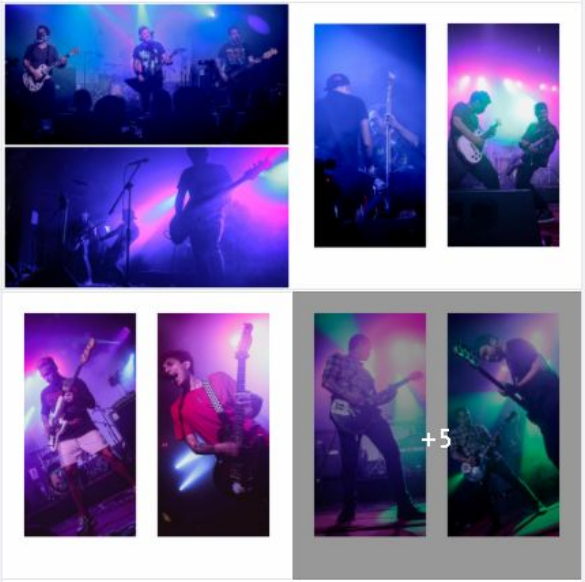
Lumina Stella Film's
Publicado por Ricardo Cieza · 5 d ·

SOLO NECESITAS AUDÍFONOS Y UN PLAYLIST CON ESTAS BANDAS 🙌

Les presentamos el último concierto de la semana en fotografías:

Bandas:

1... Ver más



Llega a más personas con esta publicación
Promociona tu publicación para llegar a 921 personas al día por S/28.

8 Personas alcanzadas | 1 Interacción | Promocionar publicación

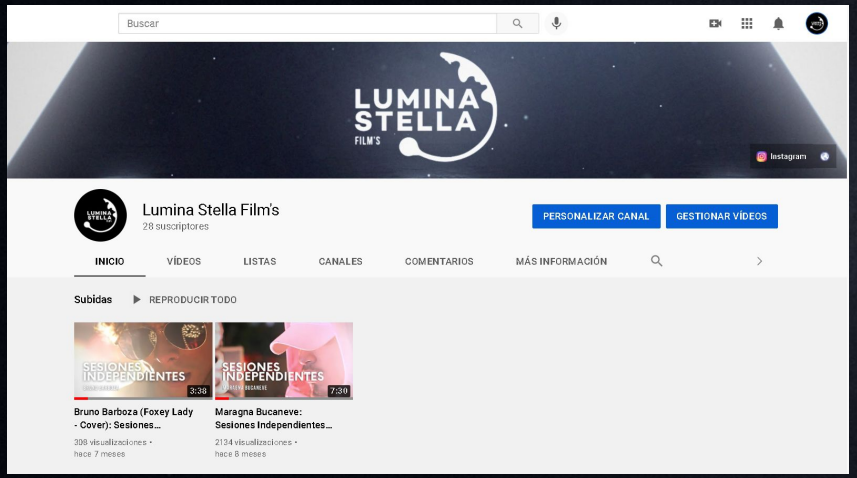
1

Me gusta | Comentar | Compartir

Comenta como Lumina Stella Film's

Pulsa 'Intro' para publicar.

YOUTUBE



Plataforma principal para subir cada proyecto realizado. Con miras a realizar una sección dedicada a las sesiones en vivo, usando como referencia principal a the first take, con el fin de sumar un medio más para la difusión de nuestros musicos

LINK: (40) Lumina Stella Film's - YouTube



#music #Bucaneve #sesiones

Maragna Bucaneve: Sesiones Independientes en FQN

2136 visualizaciones • Fecha de estreno: 5 dic 2020

105 1 COMPARTIR GUARDAR

Lumina Stella Film's
28 suscriptores

ANALÍTICAS EDITAR VÍDEO

Stream 'Bucaneve' on your favorite streaming platform and subscribe.

Con un 1 Disco y 2 EP disponibles en Youtube y Sopotify🔺 Maragna Bucaneve es un artista

MOSTRAR MÁS

César Leyva hace 5 meses
Tremenda obra de arte con tan pocas vistas, solo pocos tienen el privilegio!
4 RESPONDER

Sandro Vega hace 8 meses
De ptm, excelente chamba audiovisual y Maragna reventando ese micro. Bomba locos!!
1 RESPONDER

hqbqn bu hace 7 meses
Durísimo! Saludos desde Culiacán, Sinaloa
1 RESPONDER

EL SÓTANO PRODUCE hace 8 meses
Mi netooooo, un seriaso ❤️ᴘᴇ
2 RESPONDER

Sandro Vega hace 8 meses
Todavía no empieza y ya sé que la rompió este genio
2 RESPONDER

Da&ez hace 8 meses
Inmenso todo lo que haces, hermano
1 RESPONDER

Contrabandobeats hace 8 meses
¡Another level!
1 RESPONDER

EL CHALEX hace 8 meses
El 9 de mi cuadro !!! FF 🔥🐟
1 RESPONDER

DEIAZETA 1 hace 8 meses
Agradecido por el apoyo 🐲🐲🐲
2 RESPONDER

ALIANZA



- Base de datos de la web misma.
- Beneficios de columna y anuncios.
- Alcance y recomendaciones a artistas
- Actividades en conjunto para maximizar llegada de clientes y seguidores
- Cobertura de conciertos, como parte de la alianza y los beneficios.

Plugmusix (@plugmusix) • Fotos y videos de Instagram

Plugmusix para Artistas (@plugmusixforartists) • Fotos y videos de Instagram

ACCIONES CON PLUGMUSIX

Concurso

- Los músicos enviarán un demo o canción para participar.
- El público y el jurado hará una selección
- Los ganadores se llevarán: 1 video sesión, 1 sesión de fotos, 1 vale de descuento (15%)

Actualizaciones

- A la semana brindar una hoja de detalle de avances y contenido artístico en lúmina para sus boletines quincenales (redes y correos)

Taller

Características del taller: Virtual y se plantea terminar el taller con el performance de un músico.

- Proyecto musical del artista
- Proceso de desarrollo del proyecto, etapas y metas.
- Importancia del material audiovisual para cada proyecto (inversión, costos, facilidades, objetivos, alcance, etc.)

Concierto

Cumplimos el papel de media partner cubriendo con foto y vídeo los conciertos para PlugMusix.

PRESUPUESTO

Resultados												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	s/42.075	s/42.500	s/44.625	s/45.050	s/57.800	s/59.925	s/60.350	s/60.350	s/65.875	s/78.200	s/84.150	s/90.100
Costos Fijos	s/19.445	s/19.445	s/19.445	s/19.445	s/19.445	s/19.445	s/19.445	s/19.445	s/19.445	s/19.445	s/19.445	s/19.445
Costos Variables	s/24.470	s/24.870	s/25.290	s/25.690	s/33.290	s/33.690	s/34.090	s/34.490	s/42.490	s/46.990	s/46.990	s/51.490
Utilidad	s/-1.840	s/-1.815	s/-110	s/-85	s/5.065	s/6.790	s/6.815	s/6.815	s/11.940	s/16.265	s/17.715	s/19.165
Margen	-4%	-4%	0%	0%	9%	11%	11%	11%	18%	21%	21%	21%

Periodo de recuperación de la inversión: 9 MESES Y MEDIO

VOUCHER

Interbank

plin

Enviaste

S/ 425.00

Gratis e inmediato

Contacto Plin:
ANDHONY RICARDO CIEZA MENDOZA
987099759

Fecha:
02 Ago 2021 08:18 PM

Código de operación:
02204744



CONCLUSIONES

Se concluye que la solución propuesta tuvo como principales hallazgos la necesidad de generar un vínculo de confianza con los músicos y también la de generar una metodología de trabajo e inversión más acorde a las necesidades de cada músico independiente. Se recomienda mantener los lineamientos del innovation challenge, enfatizando en la importancia de la experiencia del usuario, también tener en cuenta el monitoreo y seguimiento constante de cada proyecto musical de la mano de cada músico, finalmente recomendamos mantener la proyección a futuro de formar una agencia tanto virtual como física que nos permita contar con un espacio de reunión y de trabajo para el equipo humano.