

Harmonie: plataforma Web destinada a la organización de eventos musicales.

María Pía Zaniboni, Federico Del Giorgio Solfa
y Federico Ernesto Lagunas.

Cita:

María Pía Zaniboni, Federico Del Giorgio Solfa y Federico Ernesto Lagunas (2015). *Harmonie: plataforma Web destinada a la organización de eventos musicales. I Jornadas Estudiantiles de Investigación en Disciplinas Artísticas y Projectuales. Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata, La Plata.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/del.giorgio.solfa/170>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pa9s/xvo>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es>.

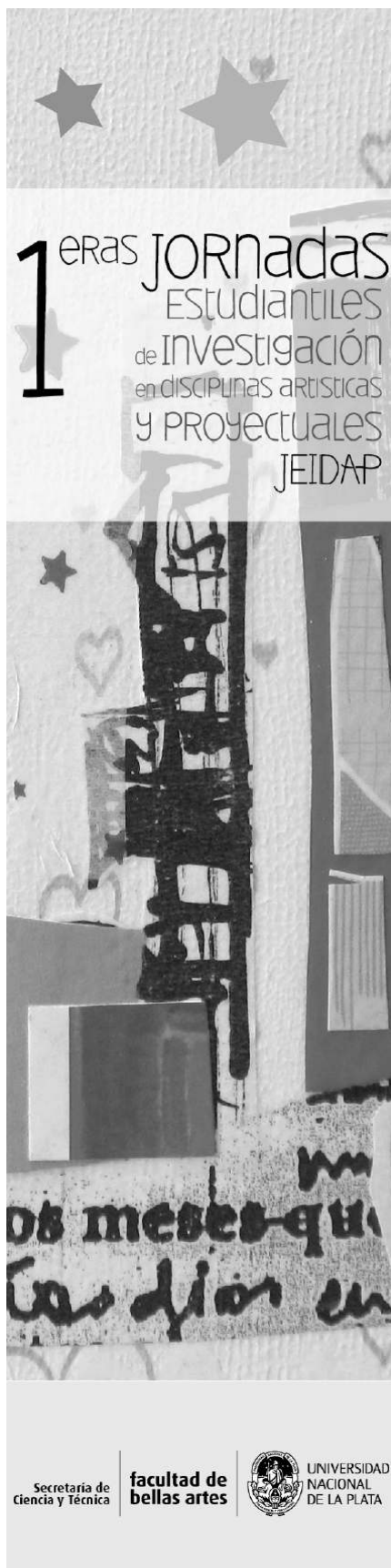
Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

HARMONIE: PLATAFORMA WEB DESTINADA A LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS MUSICALES

M. P. Zaniboni - F. Del Giorgio Solfa - F. E. Lagunas
Cátedra de Gestión de Proyectos, FBA, Universidad Nacional de La Plata.

Resumen: Harmonie es una plataforma Web destinada a la organización independiente de eventos musicales entre bandas y dueños de los locales/bares en donde se realizará el mismo. Su objetivo principal es crear una mejor comunicación entre los músicos que deseen organizar un recital en una localidad, proporcionándoles las herramientas para contactarse con los músicos del lugar y los bares habilitados para la realización del evento. En un primer momento el proyecto se expandirá en la ciudad de La Plata y Capital Federal, para luego ser llevada a los diferentes puntos del país y los países limítrofes. Esto le permitirá a los artistas, interesados en difundirse, llegar a contactarse con estas localidades y organizar independientemente una gira.

Palabras clave: organización - comunicación - difusión.



1. Destinatarios

Está orientado a los músicos interesados en la realización de eventos musicales, permitiéndoles una mejor comunicación con otros artistas, que tienen como objetivo la difusión de su música o/y recibir una paga por su servicio.

También tiene como destinatario a los locales habilitados para el desarrollo de estos eventos, permitiéndoles una mejor comunicación con los músicos sobre las condiciones del lugar, sus equipos, horarios y requerimientos. Por otro lado, crearía una mejor difusión del calendario de los eventos que se realiza en el lugar para así atraer más público al local.

2. Definiciones empresariales

2.1. Misión

Nuestra misión es crear una nueva red social, orientada al crecimiento musical de los artistas junto a los dueños de los locales, haciendo crecer la escena musical de las localidades en que nuestro producto llegue y consiguiendo una mejor organización de la misma, abriéndole las puertas a los nuevos artistas y permitiendo que estos lleguen con su música a los diferentes puntos del país y del mundo.

2.2. Visión

Harmonie busca ser un lugar que abra la comunicación entre artistas, empresarios y dueños de locales consiguiendo una mejor organización de los eventos musicales, y dándole la oportunidad a las nuevas bandas de conseguir contactos y a las antiguas de expandir los mismos a diferentes puntos del país. Buscamos el crecimiento constante de nuestra red, innovando siempre con actualizaciones y mejoras para conseguir una mejor llegada de la música de los artistas, creciendo juntos hacia el mundo.

2.3. Escenario

En la localidad de La Plata y Capital Federal, primeros puntos estratégicos donde será lanzada la aplicación, se encuentra una gran escena musical que cuenta con un gran número de bandas que recorren los diferentes estilos musicales, desde rock nacional, heavy metal, punk, rock progresivo, música clásica, tango, folklore, etc. Además de incluir un gran número de locales que abren sus puertas a la escena musical, pero en su mayoría tienen como requerimiento el pago de una comisión de las entradas del recital para pagar el sonidista, si se cuenta con este. Esto junto a varias características (capacidad de lugar, equipos disponibles, disponibilidad horaria según los turnos del lugar), es la información de los locales que no está a fácil disposición de los músicos.

Desde el ministerio de cultura salen algunas propuestas de ciclos musicales pero que excluyen mayoritariamente a los artistas independiente, o los que recién ingresan a la escena musical.

La mayoría de las bandas independientes consiguen ingresar al círculo de la escena local por esfuerzo propio, conociendo con el tiempo los diferentes lugares en los que puedan tocar, a las bandas con las que pueden organizarse para presentarse en estos lugares y conseguir difundir su música, junto con la ayuda del público que los apoya.

Por otro lado se encuentran con una mayor dificultad para difundir su material en los diferentes puntos del país, lo cual ahora se facilitó gracias a las herramientas que provee Internet, pero persiste el inconveniente de como llegar a tocar en otros lugares del país, en los cuales no tienen contacto de las bandas y los locales habilitados para shows musicales.

En el mercado actual, no se encuentra ninguna aplicación que busque dar una solución a la falta de comunicación entre los músicos, los locales/bares, y entre las mismas bandas entre sí. Lo que nos da una gran ventaja a nuestra aplicación cuyo objetivo es ese mismo, permitir el crecimiento de estos sectores en conjunto para el beneficio de todos y una difusión de la musical local hacia los diferentes puntos del país. Nuestra aplicación crearía un lugar donde músicos, dueños de locales y empresarios podrían encontrarse y organizar diferentes actividades musicales entre ellos, no solo pensando en que estas se realicen en la misma localidad, sino buscando que las bandas consiga contactos en los diferentes puntos del país, creando su propia gira independiente por nuestro territorio.

2.4. Definición de metas personales.

A- Corto Plazo:

- a. Lograr que Harmonie sea utilizada por varios usuarios de La Plata y Capital Federal, creando redes de conexión entre las bandas y locales de ambos lugares.
- b. Lograr un número considerable de bandas que utilicen nuestro servicio, que estén satisfechos con el mismo y se lo recomienden a sus amigos/conocidos y las bandas que conozcan.
- c. Abarcar a la gran mayoría de locales/bares de la ciudad de La Plata y Capital Federal, creando una red que vaya creciendo constantemente, consiguiendo una mejor difusión de los eventos que se realizan en el lugar y así atrayendo más público al local.
- d. Conseguir un buen número de usuarios que utilicen nuestra red, para lograr una mayor difusión de nuestro producto, los eventos y la música publicada en el mismo.
- e. Lograr que las bandas suban su material música, videos, fotos, letras, etc.) en sus perfiles personales, consiguiendo así una mayor difusión de todo su trabajo.

B- Largo Plazo:

- a. Lograr que Harmonie se expanda al interior del país, abarcando un mayor número de localidades y haciendo crecer la red de bares/locales y bandas que lo integren, consiguiendo una mejor comunicación entre los usuarios de diferentes localidades y fomentar a la organización de giras por el país.
- b. Expandir la plataforma hasta los países limítrofes, como por ejemplo Uruguay, lugar donde ya bandas de la localidad de La Plata y Capital han realizado fechas, permitiendo que bandas del interior tengan la oportunidad de comunicarse con estos lugares.
- c. Implementación de esta plataforma en celulares y *tablets*.

2.5 Objetivos estratégicos

- a. Crear una red de bares y bandas de la localidad a las que les podría interesar el proyecto.
- b. Buscar el apoyo de los sellos de la ciudad para que inviten a las bandas que están bajo su nombre a utilizar nuestra aplicación y difundir entre sus conocidos la misma.
- b. Crear una alianza con los dueños de bares y locales para conseguir que utilicen nuestra aplicación y difundan con las bandas de la escena. Mostrándoles los beneficios que pueden conseguir al utilizar nuestro producto, como por ejemplo, atraer a un mayor público gracias a una mejor llegada de la información sobre los cronograma de los eventos en el lugar,

tener una mejor llegada a las bandas de la ciudad, aumentar el públicos en las diferentes franjas horarios que trabaja el local, etc.

c. Difundir la aplicación entre las bandas conocidas y las que recién comienzan, mostrando las ventajas del producto.

3. Análisis

3.1 Estudio del mercado

Como mencionamos anteriormente, en el mercado actual no encontramos un producto que sea igual al nuestro, es decir, que esté orientado a la organización de eventos musicales. Lo que podemos encontrar, y analizaremos su particularidades a continuación, son aplicaciones que contienen algunas de las características que incluiremos en nuestro producto final, como por ejemplo la posibilidad de subir la música, actualizaciones de las bandas que siguen los usuarios, etc.

Spotify: Es una aplicación que te permite escuchar online tu música favorita, aquella que esté subida en sus sistema, ya que necesitan la autorización legal de los artistas para subirlas. Contiene diferentes radios clasificadas por los diferentes estilos musicales, así el usuario puede elegir la que prefiera escuchar en ese momento. Te permite descubrir nueva música, a partir de sugerencias que se relacionan con lo que escucha el usuario. Aquellos artistas que son tus favoritos puedes seguirlos y así recibir actualizaciones sobre el nuevo material que agregan a Spotify.

Facebook: Es la red social más masiva y que la mayor parte de los usuarios utilizan para ampliar su vida social. Esta red, nos da la posibilidad de crear perfiles, páginas y grupos. Dentro de cada una de estas opciones, que te permiten tener amigos o fans puedes crear foros de intercambio de información u opinión, publicar eventos y promocionarlos, invitar a tus contactos a asistir, entre muchas otras cosas. Además los usuarios pueden escribir en el muro del evento haciendo consultas, y obteniendo un feedback con los organizadores o otros usuarios casi de inmediato.

SoundCloud: Es una plataforma online de distribución de audio en línea en la que sus usuarios pueden colaborar, promocionar y distribuir sus proyectos musicales. SoundCloud es una red social para músicos, en la cual se les proporcionan canales para la distribución de su música. SoundCloud analiza la canción y su onda sonora, con el objetivo de que cualquiera que la esté escuchando pueda dejar su comentario en un momento determinado del audio.

Deezer: Deezer es un sitio Web que ofrece música de forma gratuita e ilimitada. Para disfrutar de los servicios de la página se debe descargar el lector multimedia Adobe Flash Player, y una vez registrado, se puede escuchar distintas radios, crear listas de reproducción, carpetas y toda la música que el usuario desee en modo *streaming*, es decir, sin descargarla. Deezer tiene un acuerdo con SACEM, una entidad francesa que gestiona los derechos de autor para compartir ingresos con las canciones vía publicidad o venta de las canciones mediante Itunes o Amazon.

Bandcamp: Es una tienda de música en línea, además de una plataforma de lanzamiento y de promoción para artistas independientes. El registro es gratuito, dando la posibilidad al autor a crear su propia página, vender sus composiciones, fijar sus precios y permitir escuchar los temas desde la Web. Bandcamp se lleva un 15% de la venta, que baja al 10% cuando se alcanzan los 5.000 dólares

Krónos: Es una aplicación desarrollada por Flyering, como herramienta funcional para organizar la información de los eventos, de una manera eficaz y prolija, ya que su interfaz se adecúa a cualquier dispositivo móvil, pudiendo utilizarse sin la necesidad de tener una conexión a Internet, en su versión de descarga o su versión de aplicación Web.

3.3 Mapa de Posicionamiento

Analizando los diferentes competidores, diferenciamos tres grupos con los que podremos comparar nuestro producto:

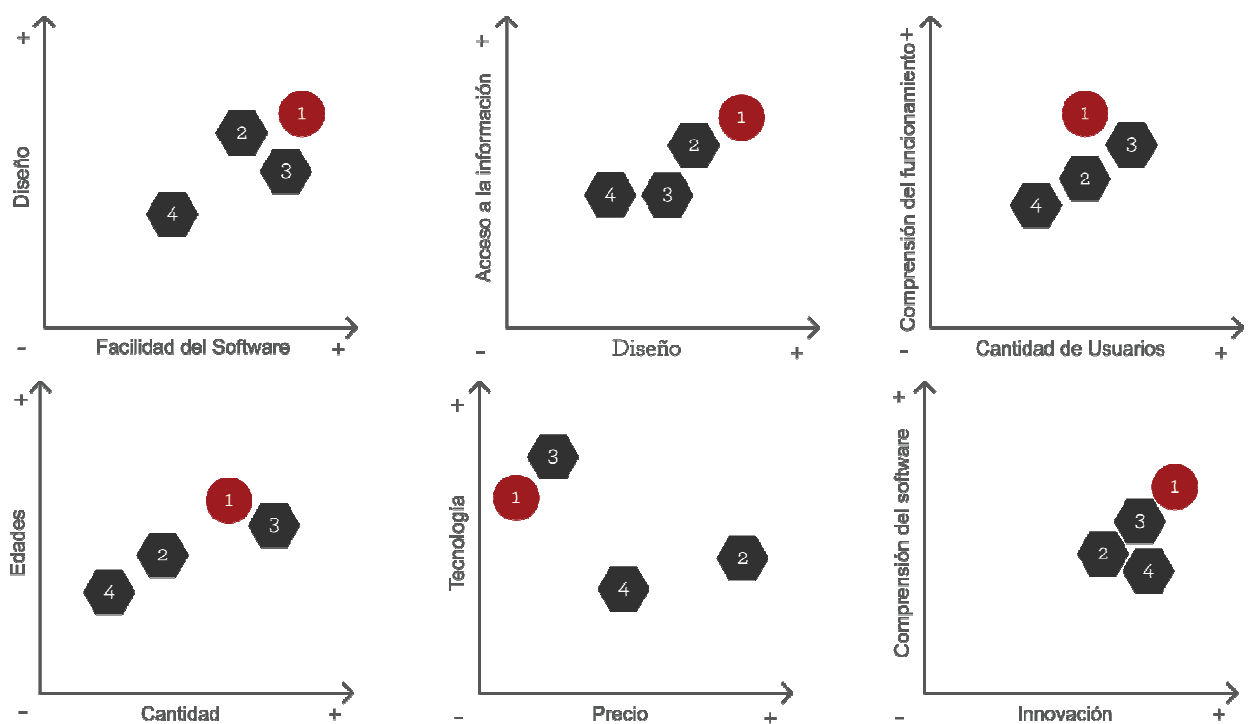
*Los programas para reproducir música online en *streaming* tales como Spotify, Deezer, etc.

*Los organizadores de eventos de todo tipo, como la función que ofrece Facebook para "crear eventos" y Krónos, aplicación desarrollada con el mismo fin.

*Tiendas de música en línea (Bandcamp) y las plataformas online de distribución de audio (Soundcloud), las cuales están más orientada a la distribución de material creado por los propios usuarios.

De esto parten las referencias de nuestro posicionamiento estratégico:

1. Nuestro Producto.
2. Programas para reproducir música (Spotify, Deezer, Rdio).
3. Organizadores de eventos (Facebook, Krónos).
4. Tiendas de música en línea (Bandcamp, Soundcloud).



4. FODA

4.1 Fortalezas

- Una propuesta innovadora, que no tiene competencia.
- Potencialidad tecnología para una mejor organización de los eventos
- Capacidad de crear una mejor comunicación entre dueños de locales y artistas.
- Posibilidad de mantener el interés de nuestros usuarios con las actualizaciones que tenemos planeadas para el producto.

- Capacidad de ofrecerle a los locales una mayor difusión de su calendario de eventos, buscando atraer más clientes.

4.2 Debilidades

- Escasos recursos al comienzo del proyecto.
- Llevará un tiempo hacer popular el producto entre los posibles usuarios y locales (socios estratégicos).
- Falta de experiencia.

4.3 Oportunidades

- Un gran escena musical formada en la localidad, a la cual ofrecerle nuestro producto.
- Un número considerable de bares/locales dedicados que ofrecen sus servicios a los artistas.
- El público al que se orienta la aplicación abarca conocimientos tecnológicos de aplicaciones y redes sociales.

4.4 Amenazas

- Desinterés del público en la utilización de nuestra aplicación.
- Dificultad en la utilización del software.
- Entrada de nuevos competidores.

4.5 Conclusión

Nuestro producto cuenta con la ventaja de no tener una competencia directa a la que enfrentarse, por lo cual se presenta como una propuesta innovadora y deberá reforzar esta idea para llamar la atención de nuestros usuarios.

Por otro lado con las ventajas tecnológicas de la multimedia debemos crear una red de comunicación simple y organizada para conseguir el éxito, y conseguir una rápida popularidad de la aplicación, mostrando las ventajas que nuestro servicio ofrece a la hora de organizar un evento.

Contamos con la oportunidad de que la localidad donde la plataforma será lanzada, La Plata y Capital Federal, cuenta con una gran escena musical, lo cual debemos aprovechar haciendo una previa investigación de estas redes para presentarles nuestro producto, invitándolos a su utilización. De esta misma forma, contrarrestamos la debilidad de la poca popularidad de nuestro producto en su lanzamiento, asegurándonos un número considerable de posibles usuarios informados sobre el mismo. Para conseguir el apoyo de los locales deberemos hacer hincapié en las ventajas que nuestro producto puede aportar a nivel comercial, atrayendo más público gracias a una mejor difusión de los eventos que se realizarán en el lugar, en los diferentes días y horarios que los locales están habilitados al público. Tarea que muchas veces recae en los músicos que organizan la fecha

Para la recaudación de fondos buscaremos posibles inversores en la escena musical, los cuales puedan salir beneficiados con el éxito de nuestra aplicación, además de autoridades del gobierno interesados en invertir en la cultura de la ciudad.

Para asegurarnos que los usuarios no tengan problemas en comprender el funcionamiento de nuestro producto, haremos repetidos testeos del mismo buscando errores a solucionar antes de su lanzamiento definitivo. Además antes de este lanzaremos una versión Beta para algunos los locales y bandas populares de la ciudad, buscando llamar la atención de los demás usuarios para hacer popular nuestro producto.

5. Recursos

5.1 Recursos físicos

Será necesario contar con una departamento o estudio para reunirse con el equipo de trabajo (investigadores, programadores y diseñadores) para ir avanzando en las diferentes etapas del proyecto. El mismo deberá contar con los servicios básicos (gas, agua, electricidad), escritorios, sillas y todo lo necesario para la comodidad de las personas, creando un buen ambiente para trabajar.

5.2 Recursos tecnológicos

Para el desarrollo del proyecto será necesaria la contratación de un *hosting* que cuente con una base de datos MySQL, php, un certificado SSL para una mayor seguridad de la información de los usuarios, entre otras cosas. Además de la contratación de un dominio y su correspondiente registro en la NIC Argentina.

5.3 Recursos Humanos

Se necesitan dos personas encargadas, en una primera instancia del relevamiento de bandas y locales/bares en La Plata y Capital Federal, ubicándose una en cada punto estratégico. Y luego del desarrollo final del producto, se ocuparan de su difusión entre los posibles usuarios.

Serán necesarios dos programadores para el desarrollo de la plataforma, un diseñador multimedial para la creación de la identidad y estética grafica del producto, y encargarse de los testeos necesarios antes del lanzamiento final.

5.4 Recursos Económicos

Para la financiación del proyecto buscaremos inversores de la escena musical, los cuales puedan salir beneficiados con el éxito de nuestra aplicación, como por ejemplo los diferentes sellos independientes que se crean en la ciudad, los cuales siempre están dispuestos en apostar por la difusión musical y la cultura de la ciudad.

Por otro lado, podemos buscar el apoyo de las autoridades del gobierno interesados en invertir en la cultura de la ciudad y que apoyen el crecimiento de la escena musical del país.

6. Presupuesto

Se estima un plazo de vida del proyecto de tres años sumado a uno (7 meses para ser exactos) para su creación y lanzamiento, dándonos un total de 4 años con la posibilidad de extender este tiempo si el proyecto consigue el éxito esperado. Es por esto que presenté dos presupuestos, uno por el primer año que conlleva más trabajo en el proceso de su creación y el otro para los años restantes, que tiene en cuenta el costo de mantenimiento y las posibles actualizaciones.

6.1 Primera Etapa - 7 meses para el desarrollo del proyecto

Costos Fijos

Concepto	Cantidad	Tiempo	Costo Mensual	Total
Programadores	2	4 meses	\$4000	\$32000
Diseñador Multimedial	1	3 meses	\$3300	\$9900
Relevamiento y difusión	2	3 meses	\$2500	\$15000
Hosting	1	8 meses	\$192	\$1536
Dominio	1	1 año	\$160	\$160
Inmueble	1	8 meses	\$3000	\$25600
Expensas	1	8 meses	\$350	\$2800
Internet	1	8 meses	\$300	\$2400
Gas*	1	8 meses	\$50	\$200
Luz*	1	8 meses	\$120	\$480
Agua*	1	8 meses	\$90	\$360
SUBTOTAL				\$90436

*El gas, el agua y la luz se paga cada 2 meses

Costos Variables

Concepto	Cantidad	Costo Mensual	Total
Computadoras	3	\$6000	\$18000
Equipamiento Inmueble	1	\$2500	\$2500
SUBTOTAL			\$20500
TOTAL (CF + CV)			\$110936

6.2 Segunda Etapa - 5 meses y 3 años de vida del proyecto

Se calcula el costo del mantenimiento de la página y sus correspondientes actualizaciones, estimando una cada 4 meses.

Concepto	Cantidad	Tiempo	Costo Mensual	Total
Programadores	1	10 meses	\$4000	\$40000
Diseñador Multimedial	1	7 meses	\$3300	\$23100
Hosting	1	40 meses	\$192	\$7680
Dominio	1	3 años	\$160	\$480
Inmueble	1	10 meses	\$3000	\$30000
Expensas	1	10 meses	\$350	\$3500
Internet	1	10 meses	\$300	\$3000
Gas*	1	10 meses	\$50	\$250
Luz*	1	10 meses	\$120	\$600
Agua*	1	10 meses	\$90	\$900
TOTAL				\$109510

7. ETAPAS

7.1. ANÁLISIS DEL MERCADO/SECTORES.

- 1.1 Análisis de las aplicaciones parecidas a nuestro producto en el mercado.
- 1.2 Relevamiento de bares/locales de la ciudad de La Plata y capital.
- 1.3 Crear una red de estos lugares, informarles sobre el proyecto, para luego ofrecerles el servicio terminado.
- 1.4 Relevamiento de bandas, localizando las más conocidas, para así llamar el interes de las demás cuando estas comienzan a utilizar nuestro producto.
- 1.5 Relevamiento de productores, prensa, fotógrafos, etc. para invitarlos a ser usuarios de la plataforma, así crear una mayor red de emprendedores.
- 1.6 Comercialización de licencias y permisos necesarios.
- 1.7 Contactarse con los sellos de la localidad de La Plata y Capital, para conseguir su apoyo y posible financiación en el comienzo del proyecto.

7.2. DESARROLLO DEL PRODUCTO

- 2.1 Planeamiento del contenido: secciones, perfiles, fichas personales, tipos de usuarios, etc.
- 2.2 Organización del contenido.
- 2.3 Diseño del Sketch, Mockup y Wireframe.
- 2.4 Diseño de la marca, identidad y interfaz
- 2.5 Programación del proyecto.
- 2.6 Contratación del Server y Dominio
- 2.7 Lanzamiento del prototipo y testeo del mismo.
- 2.8 Diseño y programación de un instructivo de cómo usar la plataforma, para dueños de locales, bandas y usuarios.

7.3. IMPLEMENTACIÓN

- 3.1 Corrección de errores (*bugs*).
- 3.2 Presentación previa del producto a los bares/locales de la ciudad.
- 3.3 Crear una red previa de bares/locales de La Plata y Capital.
- 3.4 Difusión en las redes sociales del lanzamiento de la plataforma.
- 3.5 Lanzamiento de la plataforma.
- 3.6 Presentar el producto a todos los tipos de usuarios para motivarlos a su utilización.

Organización de las tareas en el tiempo.

Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7
1.1						
1.2						
1.4						
	1.3					
	1.5					
	1.6					
		2.1				
		2.2				
		2.3				
		2.4				
			2.5			
			2.6			
				2.7		
				2.8		
					3.1	
					3.2	
					3.3	
					3.4	
						3.5
						3.6

8.1 Anexo Proyecto

8.2 Nombre

Harmonie significa armonía que es el equilibrio de las proporciones entre las distintas partes de un todo, por lo cual lo elegimos como nombre ya que para una buena organización es necesario que siempre haya equilibrio.

8.3 Contenido

La red social estaría conformada por/para lo señalado en los siguientes ítems:

- Organizarse con los dueños de los bares, sobre fechas y ventas de entradas. Cada bar tendría un perfil donde podría colgar la información de los requerimientos que tienen para tocar, la capacidad de local, los equipos que poseen, etc.
- Comunicarse con bandas/bares de otras localidades, permitiendo a la banda armar su gira independientemente.
- Perfiles de las bandas, donde estas podrán subir su material audiovisual, sus próximas fechas, noticias, etc. Contará con un Chat con el cual podrán comunicarse con las diferentes bandas y bares.
- Difusión de las fechas y el material de las bandas, a través de calendarios en los perfiles.
- Un buscador para localizar diferentes bares de la zona seleccionada, teniendo diferentes filtros para obtener un mejor resultado, como por ejemplo, los equipos del sonido del lugar, la capacidad del local, aranceles, etc. También permitiría que se busquen bandas según su estilo, localidad, etc.
- Permitir el registro de otros usuarios que pueden seguir a sus bandas favoritas, recibiendo avisos de si realizan un recital cerca de la zona donde este vive, nuevo material, videos. El usuario tendría la posibilidad de marcar qué tipo de noticias desea recibir.
- Contar con un calendario de fechas de la banda/local y uno personalizado del usuario que se organiza según los gustos del mismo.

8.4 Imágenes

