



▲ Fotografía de Sebastián Murillo.
Título: Improvise. Año, 2019.

Un Experimento Llamado Mike Vitamina y los Negocios Musicales Como Herramienta Para el Éxito

Sharon Natalia Vieira Sánchez
Universidad Distrital Francisco José de Caldas

Resumen

Este artículo se enfoca en la creación del proyecto Mike Vitamina como forma de emprendimiento de un negocio que genera ingresos dentro de la industria musical. Cabe aclarar que este proyecto hace parte del trabajo de grado y de la realización profesional y laboral de la autora. El artículo incluye pasos del método científico para determinar la viabilidad y resultados del proyecto. Es decir, para demostrar que se puede vivir de las artes musicales. En este caso, el proyecto ha dado frutos gracias a la elaboración detallada de un plan de negocios musical y que se ha plasmado, a su vez, en el trabajo de grado. Dicho trabajo de grado se puso en marcha en el año 2020.

Palabras clave: industria musical, Mike Vitamina, negocios musicales, plan de negocios.

Abstract

This article focuses on the creation of the “Mike Vitamina” project, as a way to start a business that generates income within the music industry. It should be clarified that this project is part of my degree work and of my professional and / or work fulfillment. The article includes steps of the scientific method to determine the viability of the project and its results, to demonstrate that a person can live from the musical arts. In my case, the project has generate good results, thanks to the detailed elaboration of the musical business plan embodied in my undergraduate work and which was launched this year (2020).

Keywords: Music industry, Mike Vitamina, music business, business plan.

¹ Correo electrónico: kerttuvieira@yahoo.com

El Inicio de un Proceso

Cada día hay más aceptación social hacia una persona que decide estudiar de manera profesional la música, lo cual incide directamente en el ingreso de más estudiantes a carreras de artes musicales ofrecidas en las universidades del país. La creciente escena musical y el aumento del consumo de las redes sociales se han reflejado en la expansión de una industria que, aunque joven, es vigorosa. Cada vez hay más organización en la forma de difusión, más oportunidades de negocio y más empresas sólidas. Algo difícil de imaginar un par de décadas atrás. En este contexto se pueden mencionar las plataformas de distribución digitales, *agencias de management*, *booking* etc. Por tanto, el tema de los negocios musicales y cómo el conocimiento de la industria recae abiertamente en la toma de decisiones, crecimiento y desarrollo de un proyecto musical merece ser investigado. A esto último se suma la importancia que esta materia juega en la estabilidad económica del gremio. En otras palabras, que el músico pueda dedicarse a su oficio y contribuir a la innovación musical del país.

Sin embargo, frente a al panorama cotidiano del músico, es frecuente ver casos de artistas que son estafados por parte de las personas que les ofrecen trabajar. Algo que suele pasar porque el músico le da prioridad a su arte, descuidando aspectos como la negociación de pagos y remuneración por actividades profesionales. Es decir, el músico no sabe cobrar por su trabajo, le da pena negociar y no es consciente de que, en gran medida, este aspecto condiciona el futuro de su carrera. Podría pensarse que este tipo de situaciones solo les pasa a los músicos empíricos, ya que no tienen una educación apropiada sobre la industria en la que están tratando de acceder, y aunque en parte esto es cierto, la realidad es que los estudiantes y egresados de los programas de artes musicales tienen, igualmente, poco conocimiento sobre este tema. (Vieira, 2017).

Por lo anterior, Mike Vitamina se configuró como generador de experimentos empresariales, sonoros y sociales. Además, dicho grupo se empleó como parte del trabajo de grado que permitió a la autora de este texto recibir el título de Maestra en Artes Musicales en el año 2018 en la modalidad de emprendimiento.

Cabe aclarar que este trabajo nace de la necesidad de indagar en los negocios musicales, ya que en el oficio de componer y arreglar se ha descubierto que los campos laborales son inestables y limitados. Adicionalmente, la creadora de este texto tiene un espíritu emprendedor, ya que su padre creó una escuela de música y eso la ha impulsado en la vida y le ha enseñado a no conformarse con lo que tiene. Por estos antecedentes y/o circunstancias, los negocios musicales constituyeron una oportunidad para resolver la siguiente incógnita: *¿Cómo se pasa de ser un recién egresado a ser un agente reconocido dentro de la industria musical?*

Para resolver esta pregunta se aplicaron los pasos del método científico: Observación, hipótesis, experimentación, teoría, resultados y conclusiones. Como observación, se anotó que muchos músicos no generan contenido de calidad que les permita vivir de su arte; y es allí donde cabe preguntarse si esto, que es tan transversal a la profesión musical, se debe al desconocimiento del estado de la industria y al desconocimiento sobre temas administrativos y de marketing.

Con base en esto, se formuló la siguiente hipótesis: no hay una guía clara, un paso a paso para conseguir los objetivos profesionales de cada uno. Además, no había seguridad si esta información era clasificada, ya que era desconocida por parte de los colegas del gremio. También había otra hipótesis y era que el músico solo se tenía que dedicar a su arte. La economía, en esta visión, sería un asunto que se arreglaría con cierta espontaneidad y sobre el camino.

Por tanto, la experimentación de todo esto comenzó con el proyecto de grado. En él se planteaba cómo ir del punto A (ser un recién egresado de artes musicales), al punto B (la realización profesional). Un trayecto que implicaba conocer y ser reconocido dentro de la industria musical.

Mike Vitamina¹ es el nombre definitivo de este proyecto que, en su recorrido, ha tenido varios nombres y etapas. Inicialmente, la banda era de rock y se llamaba Vitamina Bemol; en ese momento le fue muy bien, pero sus integrantes se intimidaron al ver la cantidad de compromiso que requería. Cuando se conoció a Miguel (líder de la banda y pareja de la autora desde ese entonces), la agrupación se estaba disolviendo. Es entonces cuando hubo un mejor acercamiento de los planes a seguir. Miguel siempre fue muy claro: el norte de la agrupación debería plasmar un concepto onírico con el que las personas se pudieran identificar y, sobre todo, que fuera algo comercial de fácil difusión. De modo que el trabajo de grado constituyó la oportunidad para indagar sobre el mundo desconocido de la industria, establecer el plan de negocios que tanto se necesitaba y tener una empresa en la cual trabajar después de terminar los estudios.

El Experimento

Prosiguió la investigación sobre la industria musical y se descubrió que no es un área desierta. En cuanto al estado del arte, se pudo determinar que la música es el campo artístico con más estudiantes y que muchos de ellos tienen inquietudes sobre la relación de la música con los negocios. En el siguiente paso se generó un estándar sobre los elementos que debería contener un plan de negocio musical, de tal forma que se pudiera determinar la viabilidad del proyecto, el estado de la industria, el presupuesto y el plan a seguir para consolidarlo.

El desarrollo del plan se hizo por medio de un estudio de mercado que arrojó todas las bases de datos necesarias para responder puntos claves como: el perfil del cliente, el mercado potencial, la estructura de mercado y el análisis de la competencia. Adicionalmente a la encuesta de mercado se realizó la descripción del producto y del precio, así como los canales de distribución, las estrategias de promoción y servicio. También se abordaron las necesidades iniciales de marketing para poder establecer un presupuesto de inversión.

En cuanto al campo administrativo se encontró información y recursos, y se clasificaron para establecer los insumos que precisaba el desarrollo de este trabajo. Para ello, en primer lugar, se realizó un estudio técnico por el cual se pudo establecer la ficha técnica, la descripción del producto, los costos de factores productivos y el análisis D.O.F.A. Este análisis contribuyó en la construcción del organigrama de la empresa, en la descripción de cargos, funciones y en los organismos de apoyo públicos y privados a los que se podía acceder. Asimismo se estudiaron los aspectos legales, elemento clave de la industria musical.

El estudio de los aspectos legales permitió acercarse a los presupuestos y trámites requeridos para constituir el proyecto como una empresa, así como el registro de marca y las canciones. Esto último se hizo para evitar inconvenientes futuros respecto al derecho de autor, la propiedad intelectual y los impuestos.

Por último, se determinó la pertinencia de un estudio financiero que resumiera las inversiones iniciales requeridas. El estudio financiero contribuyó a que el presupuesto formara un plan de trabajo detallado para el primer año de vida del proyecto. Al final, el proyecto se presentó con un resumen ejecutivo que servirá como carta de presentación ante un posible inversor.

Algunas Reflexiones Finales

Al estructurar este plan de negocio fue posible delimitar las posibilidades reales de la agrupación para el año 2018. Inicialmente se esperaba tener rentabilidad, sin embargo, a través de la

investigación se hizo notoria la necesidad básica de ganar fans a quienes venderles el producto, y evidentemente, el público se nutre de la trayectoria, algo de la cual carece este proyecto musical. Se concluyó, por tal razón, que este trabajo se enmarcaría en las prioridades de estructuración empresarial de la banda y en un plan para la difusión y promoción del sencillo con el fin de darnos a conocer. Así que el enfoque giró en torno a los gustos y el comportamiento en el consumo de la música del público objetivo, además de conocer el grado de aceptación del producto por medio de una encuesta.

Es importante mencionar que al construirse una agenda de trabajo que fuera realista a los propósitos y alcances, tanto económicos como de tiempo, se pudo ver claramente que en el primer año no es posible la rentabilidad de manera independiente; y más, sin apoyo de una disquera. Pero para llegar hasta ese punto es necesario construir una trayectoria que permita, con base en la experiencia de fidelización del cliente, crear el plan de negocios que evidencie cuándo ocurrirá el punto de equilibrio de la agrupación. Teniendo ya en cuenta los flujos de caja, la estrategia de ventas, los posibles inversionistas, y el retorno de la inversión de las probables ganancias se puede, entonces sí, hacer una mejor proyección. Esto último puede sonar un poco complicado para el artista. Y en efecto lo es. Lo recomendable es que cuando se llegue a este punto, en el que la banda ya tiene una base de clientes notoria, y se denote la seriedad del proyecto, se pueda acudir a alguna agencia de management. Estas agencias, como se dedican precisamente a representar artistas, ya tienen claro el camino que se debe tomar para iniciar la próxima etapa. (Vieira, 2017).

Por consiguiente, se puede concluir que al realizar estas labores administrativas, organizacionales, contables, y de mercadeo, hay un ahorro significativo de tiempo y dinero al aterrizar con números y cronogramas todas las metas que inicialmente están dentro del mundo de lo abstracto. Adicionalmente se evidencia la existencia de una industria musical que, si bien es joven, tiene muchos caminos por explorar y que puede crecer enormemente. Hay que tener en cuenta que hoy en día hay gente que está comprometida con sus proyectos musicales, incentivando una sana competencia y colaboración.

Los Resultados Aplicados a la Vida Real

El trabajo de grado fue una propuesta para aplicar en el año 2018 y fue fundamental para entender en qué estado estaba cada proceso y cuál era el paso a seguir en cuanto a inversiones de dinero y de tiempo.

Cabe aclarar que el año 2018 y 2019 fueron años de grandes cambios. En dichos años se inició la preproducción de la música y empezaron las primeras inversiones en equipos para la educación en negocios y producción musical. Esto se hizo con el fin de llevar a la vida real todo lo documentado en el plan de negocios. El 7 de julio de 2020 fue la fecha oficial del lanzamiento del proyecto. El lanzamiento se realizó en el canal de YouTube de Mike Vitamina con el tema *Te daré* (Canal MIKE VITAMINA, 2020). Un tema arreglado y producido en la ya mencionada etapa de preproducción de los años anteriores. Al 29 de noviembre de 2020 ya se contaba con cinco videos en la plataforma, tal como se presupuestó en el cronograma (uno por mes), siendo el tema *Memes* (Canal MIKE VITAMINA, 2020), el último estreno lanzado el 27 de noviembre. Gracias a este trabajo de grado también hubo entrevistas con LAUD Estéreo y el área de egresados de la Universidad Distrital. Otro logro fue contactar con un productor musical que cumplía con todos los requisitos del manual de cargos y funciones establecidos en el plan de negocios del proyecto: El Mctemático, cuyo perfil profesional y de sonido estaban muy definidos. Cabe aclarar que él es productor de artistas como Micro TDH, Don Omar, entre otros, y es quien produjo el último sencillo: Memes.

Con relación a lo anterior, es necesario recalcar que se han hecho ajustes en el proyecto conforme a los cambios de comportamiento de consumo del público objetivo, como lo es la migración del

público joven de Facebook a Instagram, y el nacimiento de la red social TikTok. Adicionalmente se tuvo en cuenta que, a raíz de la pandemia, el comportamiento de la industria cambió sus canales de distribución.

Gracias a todas estas previsiones hechas en papel desde tres años atrás a la escritura de estos resultados, es que el proyecto está funcionando con mejores cifras de las presupuestadas, con inversiones más inteligentes, con dirección y miras a cultivar el reconocimiento de marca que tanto se busca dentro del público. Para la autora es un orgullo hacer partícipes de la banda Mike Vitamina a todos los que estén interesados. Una iniciativa que está más viva que nunca y que inició en medio de la pandemia. Además, es un proyecto que hace parte de los negocios musicales. Una expresión y herramienta del éxito artístico.

Referencias

Canal MIKE VITAMINA. (7 de julio de 2020). *Te daré* [Archivo de video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=TxyeeNXiQf8&ab_channel=%E1%B4%8D%C9%AA%E1%B4%8B%E1%B4%87%E1%B4%A0%C9%AA%E1%B4%9B%E1%B4%80%E1%B4%8D%C9%AA%E1%B4%8E%E1%B4%80

Canal MIKE VITAMINA. (27 de noviembre de 2020). *Memes* [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Spp6tiApMng>.

Vieira Sánchez, S. (2017). *Plan de negocio para la creación de la agrupación musical de pop “La Vitamina” en la ciudad de Bogotá, D. C.* [Trabajo de grado]. Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas. <http://hdl.handle.net/11349/13264>

Notas

- 1 Para conocer un poco más de esta banda musical, dirigirse a los siguientes enlaces: <https://www.youtube.com/c/mikevitamina>, Facebook: <https://www.facebook.com/mikevitamina>, Instagram: <https://www.instagram.com/mikevitamina/>.

