



 Octubre
del 2023

Monetizando éxitos: Estrategias de monetización en la industria musical

www.crowe.com.co



En el mundo actual, los negocios están apostando cada vez más por la escalabilidad y el consumo masivo en lugar de centrarse en el margen individual. Las plataformas digitales se han convertido en una fuente principal de ingresos para muchas industrias, incluyendo la música.

Hasta hace unos años, los artistas lanzaban sus canciones a través de discos completos, promocionándolas en un orden preestablecido a través de la radio. Esto requería contratar promotores que negociaran la reproducción de las canciones en las emisoras, pagando comisiones conocidas como "payola" para asegurar una mayor frecuencia y horarios específicos. Además, era necesario destinar presupuesto para promociones, rifas y premios destinados a los oyentes. Este sistema de promoción resultaba costoso para los artistas, pero las disqueras asumían esa inversión promocional y contaban con una red de ventas y distribución a través de tiendas de discos, obteniendo un porcentaje de las ventas.

Para los artistas independientes, era necesario obtener financiamiento por parte de su familia o de alguien que creyera en su talento, además de contratar directamente su propio equipo de promoción y ventas. Sin embargo, con el surgimiento de las plataformas de streaming, la dinámica ha cambiado drásticamente. Estas plataformas se han convertido en un medio de difusión y promoción a través de redes sociales e internet para los artistas. Ya no es necesario pagar payolas y los artistas tienen acceso libre para compartir su música en estas plataformas, sin necesidad de promoción adicional. Sin embargo, existe la opción de pagar por campañas promocionales especialmente diseñadas para impulsar las canciones. Aunque implica un costo adicional para los artistas, las ventajas de las plataformas son claras: permiten un acceso universal a una audiencia mucho mayor y el artista puede diseñar la campaña publicitaria según su inversión, además de poder llegar directamente a su público objetivo.



Esto se traduce en una estrategia más selectiva y un mayor control sobre los parámetros de la publicidad, a diferencia de la radio, que solo alcanza a la audiencia de cada emisora. Sin embargo, es importante tener en cuenta que las plataformas de streaming cobran pequeñas tarifas por cada reproducción, lo que afecta los ingresos de los artistas.

Además, las canciones se vuelven obsoletas rápidamente, lo que obliga a los artistas a crear nuevo contenido con mayor velocidad y frecuencia para mantenerse relevantes ante su público.

En este contexto, las redes sociales y las reproducciones en estas plataformas se convierten en una herramienta de promoción para los artistas. A partir de ahí, se busca obtener contratos para presentaciones en vivo o giras, que actualmente generan la mayor parte de los ingresos. No obstante, mantenerse como un artista en constante gira requiere un gran esfuerzo artístico, económico y de marketing, lo cual implica una inversión continua.

Es importante tener en cuenta que el modelo de negocio de las plataformas de streaming está en constante evolución, y los artistas están explorando nuevas estrategias para generar ingresos a través de otras fuentes, como merchandising, patrocinios y colaboraciones con marcas.

Alternativas en los ingresos de los artistas musicales

Para un músico que no se ajuste a las tendencias o éxitos globales, las opciones para obtener ingresos constantes y significativos en su carrera musical son limitadas. Si el músico se enfoca en un mercado nicho, puede tener éxito, pero sus ganancias por reproducciones serán menores debido a la menor audiencia.

En la actualidad, los ingresos principales de los artistas musicales provienen de sus shows en vivo. Por lo tanto, un músico que complementa su carrera con otras fuentes de ingresos colaterales tiene la posibilidad de mantenerse sostenible. Por ejemplo, si son compositores, pueden recibir regalías por derechos de autor cuando sus canciones son interpretadas por músicos exitosos. También pueden obtener ingresos si desempeñan roles como productores musicales, ingenieros de sonido o como intérpretes de un instrumento en grabaciones de otros artistas.

Es importante que los músicos busquen diversas fuentes de ingresos y exploren oportunidades dentro de la industria musical, como colaboraciones, eventos especiales y licencias de canciones para películas, programas de televisión y publicidad. La creatividad y la capacidad de adaptación son clave para garantizar una carrera musical sostenible en un mercado en constante cambio.





Sistema de monetización de plataformas de Streaming

Cuando el artista firma un contrato con una "agregadora" como Altafonte, CDBaby o TheOrchard, entre otras. La función de estas agregadoras es distribuir las canciones en diferentes plataformas, validar las reproducciones y gestionar los pagos. En este proceso, algunas agregadoras cobran una tarifa fija por canción administrada, mientras que otras cobran un porcentaje por cada reproducción.

Una vez que la canción está disponible en plataformas como Spotify u otras plataformas de streaming, la plataforma paga a la agregadora un promedio de entre USD\$ 0,3 y USD\$ 0,5 centavos de dólar por reproducción de las canciones del artista. Es importante tener en cuenta que este valor puede variar dependiendo del acuerdo específico con la agregadora y las condiciones del mercado.

Para tener una idea clara de las cifras, un artista necesita aproximadamente 1 millón de reproducciones de sus canciones para

ganar alrededor de USD\$ 4.000. Sin embargo, es importante recordar que la agregadora deducirá su tarifa antes de transferir la diferencia al artista.

Por eso, es fundamental que los artistas entiendan los términos y acuerdos establecidos con la agregadora antes de firmar cualquier contrato, ya que esto impactará directamente en sus ingresos y en la viabilidad económica de su carrera musical.

La dinámica de las disqueras ha cambiado considerablemente en la actualidad. Anteriormente, las disqueras solían actuar como un "semillero" de artistas, invirtiendo en ellos como un fondo de capital de riesgo. Estas compañías financiaban a numerosos artistas, quienes firmaban contratos de exclusividad a largo plazo, permitiendo a las disqueras recuperar su inversión a través de los ingresos generados por la música de los artistas en el futuro.

Sin embargo, en la actualidad, las disqueras suelen firmar artistas que ya han construido un camino previo, financiado por sus familiares y amigos.



Se espera que los artistas cuenten con una base sólida de seguidores, muchas reproducciones y una gran cantidad de "views" y "likes" en las redes sociales. Además, la remuneración promedio que reciben los artistas es mínimo el 30% de los ingresos totales que generan.

Este cambio en la industria ha llevado a un gran número de artistas independientes a buscar alternativas fuera de las disqueras, ya que no desean o no son seleccionados por estas compañías. Esto les obliga a buscar inversionistas dispuestos a financiar sus proyectos, pero en muchos casos, los ingresos generados no son suficientes para proporcionar un retorno adecuado a los inversionistas.

Financiación y marketing digital en la música

Las plataformas de streaming no tienen la función de invertir en artistas, sino que actúan como canales de venta de música. Cobran pequeñas sumas a los usuarios y pagan a los artistas en proporción a sus reproducciones. Para abordar esta brecha en la financiación de proyectos artísticos, es necesario que las disqueras retomen su papel protagonista en el mercado o se creen fondos de capital de riesgo o "Venture Capital" específicamente para este sector.

Un ejemplo exitoso en Colombia es el apoyo al cine a través de la creación de un Fondo Mixto para fomentar la producción cinematográfica nacional. Gracias a esta iniciativa, hemos logrado resultados significativos en el ámbito cinematográfico. Sin embargo, en el campo de la música, esta clase de apoyo no existe en la misma medida.

Es fundamental explorar alternativas que brinden financiación y respaldo a los proyectos musicales, promoviendo así el desarrollo de talento y la diversidad cultural en el sector.

Si asumimos que el artista posee talento, su producto es de calidad y tiene un público establecido (dado que el arte es subjetivo), el elemento clave en la música es el marketing. En el mundo de las redes sociales y las plataformas de streaming, lo que impulsa a un artista hacia el éxito, ya sea masivo o en mercados de nicho, es una estrategia de marketing sólida, bien estructurada y respaldada financieramente. El uso de inteligencia artificial, la segmentación del público objetivo, la automatización y un mensaje convincente son elementos que atraen nuevos seguidores hacia los artistas.

Sin una producción musical y audiovisual constante, contenidos atractivos para sus seguidores actuales y nuevos, una estrategia de marketing digital bien planificada y ejecutada, así como un presupuesto adecuado, es difícil lograr el posicionamiento de un artista en la actualidad. Los productos musicales se vuelven obsoletos rápidamente, por lo tanto, este proceso requiere una inversión continua y recurrente.

En resumen, el éxito en la industria musical depende no solo del talento y la calidad del producto, sino también de una sólida estrategia de marketing respaldada por recursos y una producción constante y atractiva para mantenerse relevante en un entorno altamente competitivo.



Sede Central Internacional

Crowe Global - New York City

515 Madison Avenue
8th Floor, Suites 9006--9008
New York, NY-10022
United States of America
MAIN +1.212.808.2000
Contactus@Crowe.org

Colombia

Bogotá D.C.

Carrera 16 # 93-92
Edificio Crowe
PBX +57.1. 605.9000
Contacto@Crowe.com.co

Barranquilla

Calle 77B # 57-103 Oficina 608
Edificio Green Towers
PBX +57.5.385.1888
Barranquilla@Crowe.com.co

Cali

Carrera 100 # 5-169 Oficina 706
Unicentro – Centro de Negocios
PBX +57.2.374.7226
Cali@Crowe.com.co

Manizales

Carrera 23 C # 62-06, Oficina 705
Edificio Forum Business Center
PBX +57.6.886.1853
Manizales@Crowe.com.co

Medellín

Avenida Las Palmas # 15 B 143 - Piso 5
Edificio 35 Palms Business Tower
PBX +57.4.479.6606
Medellin@Crowe.com.co



Lia Heenan

Socia de Crowe GCA

¡Contáctenos!



Crowe Colombia

Smart decisions. Lasting value.

www.crowe.com.co