

# Resumen Ejecutivo



**Jourmind** es una empresa de **Comunicación y Marketing Musical**, cuyo objetivo es **dar soporte y asesoramiento a grupos y artistas emergentes que quieran profesionalizar sus proyectos musicales.**

**Nuestra misión** consiste en apoyar, mediante nuestros medios físicos y técnicos a músicos de todo el mundo, aumentar su difusión y alcance, propiciar el ecosistema necesario para obtener ingresos de sus creaciones, y por tanto dedicarse profesionalmente a este ámbito de la cultura.

Todo ello **desde un punto de vista de respeto al artista y a su música.** Buscamos fidelizar a nuestros clientes, conseguir una relación de confianza mutua, y establecer acuerdos de cooperación a largo plazo.

Nuestros productos y servicios tienen un carácter internacional, es decir, no ponemos límites geográficos en nuestra actividad, ya que nuestro soporte principal es Internet. El consumidor final tiene acceso a nuestros contenidos a unos simples clics de ratón, con independencia del país en el que se encuentre.

Creemos que la clave para mantenerse en este sector es la implementación adecuada y acertada en el tiempo de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), y de esta forma crear una ventaja competitiva basada en la diferenciación de producto mediante la innovación en la Industria Cultural y Creativa (ICC)

Mediante un sistema 3.0 a través de nuestros perfiles en las redes sociales, buscamos encontrar a futuras promesas del mundo musical, así como llegar a crear un medio sólido que les sirva como lanzadera.

Tenemos firmados varios acuerdos y colaboraciones por lo que actualmente ofrecemos un servicio integral desde la propia **composición de las canciones, pasando por la grabación postproducción, lanzamiento, comercialización, distribución, promoción y representación en directo de cualquier propuesta musical.** Nos hemos integrado verticalmente hacia detrás y hacia delante.

**Nuestra plataforma web está disponible en 60 países.** La música no entiende de fronteras por lo que **nuestros productos y servicios tienen un carácter internacional.** Actualmente estamos desarrollando nuestra propia aplicación móvil y un nuevo diseño de página web mucho más visual y atractiva. De esta forma, podremos ofrecer a nuestros clientes, plataformas mucho más accesibles y sencillas, y al público,

La música siempre ha sido una pieza clave en las vidas del equipo gestor de este proyecto, tanto de forma personal como profesional, por lo que era lógico, que más tarde o más temprano, las canciones y las melodías sirviesen como inspiración para generar esta idea de negocio. **Nos conocimos trabajando juntas**



**en el departamento de comunicación y marketing de una gran empresa a nivel nacional** una mejor navegación y disfrute de la música. Pronto nos dimos cuenta que nos compaginábamos a la perfección y que a pesar de tener una formación en diferentes campos del conocimiento, teníamos las mismas perspectivas de trabajo, y conseguíamos lograr los objetivos marcados de una forma muy fluida.

**Jourmind nace en junio de 2012** con la idea de crear un programa de radio en formato podcast-magazine semanal denominado Free Jourmind. La temática del programa trataba asuntos de actualidad, musicales, tecnológicos, así como un apartado de humor. Respecto a los espacios musicales, pensamos en la posibilidad de ofrecer la oportunidad a artistas y grupos emergentes de emitir sus canciones, oportunidad que no encontraban en otras radios.

Pasados varios meses de emisión, conseguimos una importante agenda de contactos y lista de espera de músicos interesados en participar en el programa, por lo que **detectamos un nicho de mercado que hasta ese momento no había sido atendido**. Fue entonces cuando decidimos dar el salto a un soporte audiovisual (un concepto más atractivo y completo) centrado exclusivamente en el mercado musical. A partir de ese momento, Jourmind pasa a convertirse en una plataforma musical cuyo objetivo es convertirse en un referente tanto para los artistas en ciernes, los profesionales, y cualquier otro interesado en disfrutar de este ámbito de la cultura.

Jourmind busca por tanto, aprovechar esta oportunidad del mercado, **para potenciar los artistas emergentes** que debido a su volumen (existe un elevado número de músicos en la escena underground) no pueden ser contratados por las grandes discográficas, por lo que entendemos necesario, **brindarles nuestra ayuda y la oportunidad de dedicarse al negocio musical profesionalmente**.

Músicos, melómanos e inconformistas del sonido pueden encontrar en Jourmind un espacio en común donde escuchar, leer y visionar contenidos de artistas emergentes y de reconocido prestigio.

### Nuestra Misión

Nuestra misión consiste en **apoyar**, mediante nuestros medios físicos y técnicos **a músicos de todo el mundo**, aumentar su difusión y alcance, **propiciar el ecosistema necesario para obtener ingresos de sus creaciones, y por tanto dedicarse profesionalmente a este ámbito de la cultura**.

Todo ello desde un punto de vista de respeto al artista y a la música. Buscamos fidelizar nuestros clientes, conseguir una relación de confianza mutua, y establecer acuerdos de cooperación a largo plazo.



### Nuestra Visión

**Jourmind busca convertirse en una empresa de referencia en el ámbito de la Comunicación y Marketing Musical.**

La música de por sí, tiene un idioma universal, por lo que el nivel de estandarización de nuestros productos es bastante alto, lo que supone un ahorro en costes notable.

Creemos que **la clave para mantenerse en este sector es la implementación adecuada y acertada en el tiempo de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs)**, y de esta forma **crear una ventaja competitiva basada en la diferenciación de producto mediante la innovación en la Industria Cultural y Creativa (ICC)**

### Objetivos:

- Convertirse en una agencia de comunicación y marketing, así como una plataforma web musical de referencia.
- Ofrecer productos y servicios a un mercado global desde el inicio de la actividad comercial.



- Evitar la huida de talentos, es decir, ayudar a los músicos españoles a que puedan tener una carrera profesional nacida desde su propio país origen a todos los mercados, sin necesidad de que se vean obligados a trasladarse a otro país para triunfar.
- Servicios de cazatalentos para grandes discográficas y marcas. Branded content.
- Establecer colaboraciones con grandes compañías de la industria musical.
- Introducir nuevos modelos de gestión musical en la Industria Cultural y Creativa.
- Ayudar a que músicos emprendedores puedan dedicarse profesionalmente a la música, siguiendo el modelo norteamericano.
- Colaborar en estrategias de colaboración entre empresas y músicos: benchmarking.

El éxito de nuestro proyecto se basará en si conseguimos cumplir las siguientes premisas: **escalable, equipo fiable, nivel de compromiso, e internacionalizable**. El modelo tradicional ya no funciona, véanse los datos tan estrepitosos que están obteniendo las grandes discográficas, muchas de ellas obligadas a cerrar por la acumulación de pérdidas.

Jourmind tiene por objeto convertirse en una plataforma de networking y promoción musical, un espacio en el que los músicos encuentren respuestas a la comunicación y el marketing necesarios para gestionar sus carreras, y de esta forma llegar a un mercado potencial mucho más grande. Trabajamos en cinco líneas básicas de servicios:

- Comunicación y prensa
- Campañas de marketing
- Producción audiovisual
- Organización de eventos
- Promotora de conciertos



La música no entiende de fronteras por lo que **nuestros productos y servicios tienen un carácter internacional**, es decir, no ponemos límites geográficos en nuestra actividad, ya que nuestro soporte principal es Internet. El consumidor final tiene acceso a nuestros contenidos a unos simples clics de ratón, con independencia del país en el que se encuentre.

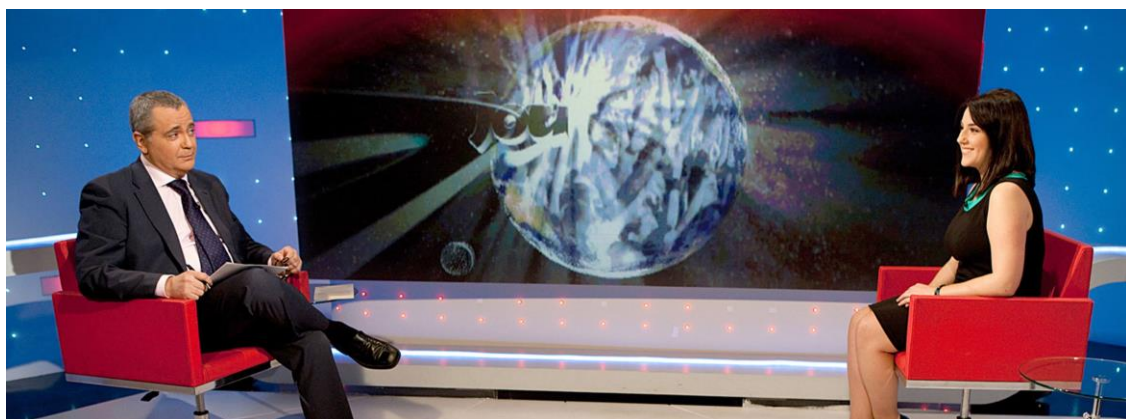
Debemos tener en cuenta, **la necesidad de innovación y transformación de las Industrias Culturales y Creativas** que existen en el mercado actual. Jourmind, en su esfuerzo por conseguir su cuota de mercado, busca ofrecer productos y/o **servicios adaptados a las necesidades de sus clientes potenciales**, y de esta forma diferenciarse en el mercado, y hacer de esta característica su **ventaja competitiva**. Por tanto, es imprescindible innovar sobre el modelo erróneo corregido, y ofrecer a nuestro público objetivo la autoproducción y edición de su propia música, dejando a un lado los beneficios basados únicamente de la venta física de discos (concepto que ya no ofrece valor añadido para los consumidores) y ofreciendo servicios generalistas integrados tanto vertical como horizontalmente. Es por ello, que hemos diseñado una cartera de productos y servicios para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y la obtención de ingresos.

- **Organización de eventos musicales:** organización, gestión y celebración de diversos eventos y espectáculos musicales como centro de atención o entretenimiento.
- **Grabación, producción, diseño de Videoclips y realización de material audiovisual** para la promoción y demostración de diversos trabajos musicales en varios tipos de soporte (Televisión, internet, DVD,...) en HD.
- **Vídeo presentaciones de artistas.** Dar a conocer a los seguidores quién es el artista, generar un valor añadido, y empatizar con el público objetivo.

- **Campañas de comunicación:** difusión, tramitación y aparición en medios de comunicación on-line y off-line. Notas de prensa y entrevistas.
- **Promoción de conciertos, festivales, presentaciones y productora de espectáculos audiovisuales:** tramitación, intermediación y contratación de conciertos entre las salas de conciertos y artistas. **Producción de giras y tour manager.**
- **Marketing:** diseño e implantación de planes de marketing. Análisis del mercado, análisis de la competencia, posicionamiento, análisis de precio, producto, distribución y comunicación del proyecto musical.
- **Difusión y divulgación** del marketing musical como estrategia corporativa y empresarial.
- **Publicidad: confección y diseño de merchandising y material gráfico.**
- **Dirección artística y realización de acústicos, jams, covers, ...**
- **Reportajes** fotográficos: sesiones de fotos, books, making of,...
- **Cuñas radiofónicas y producción programas de radio.**
- **Asesoramiento y soporte en marketing online, posicionamiento web y monitorización de la marca. Community Manager.**
- **Producción discográfica:** Edición y producción de música en diversos formatos.
- **Cazatalentos:** captación de nuevas tendencias del mercado, nuevos estilos, nuevos artistas y descubrir nuevos talentos.
- **Gestión de proyectos culturales y producción ejecutiva.**
- **Formación y divulgación en temas de autogestión musical:** Formación de divulgación y especializada sobre marketing y comunicación en el mercado audiovisual, y el correcto uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) para potenciar las estrategias de difusión y comunicación.
- **Dirección artística:** tanto de álbumes como de shows.
- **Gerencia artística y management** de carreras musicales para artistas y grupos, representación y booking.

### Perspectivas de crecimiento del mercado:

PwC señala en su último estudio ("Reporte de Proyecciones Globales del Entretenimiento y los Medios: 2012-2017"), que el gasto global en música crecerá de \$ 49.9 billones en 2012 a \$ 53.8 billones en 2017. Los ingresos anuales comenzarán a crecer de nuevo en 2013, llegando hasta los 53,8 billones de dólares en el 2017. El mayor crecimiento provendrá de países que tradicionalmente no son los mayores mercados de la música, entre ellos Rusia, Suecia, China, Brasil e India, con un TCAC del 14. La expansión de los servicios de música en streaming impulsará el crecimiento gracias a los usuarios de teléfonos inteligentes. La música en vivo mundialmente seguirá creciendo y será la mayor fuente de ingresos de la industria musical, con mayores ventas de entradas y grandes pronósticos de patrocinio para generar 30.9 billones de dólares en 2017.



## Hitos conseguidos

Participación en concursos y eventos a nivel nacional con los siguientes resultados:

- **Finalista en el Concurso Nacional de Elevator Pitch 2013**

*Mutua Madrileña y ThyssenKrupp*

- **Finalista en Think Big 2013**

*Fundación Telefónica*

- **Finalista en Zinc Shower 2013**

*Matadero Madrid - Ayuntamiento de Madrid*

- **Finalista en Lánzate Villanueva de la Cañada 2013**

*Universidad Camilo José Cela, AJE Madrid y Ayuntamiento Villanueva de la Cañada*

- **Finalista en Premio Emprendedoras 2013 Yo Dona**

*Unidad Editorial y Madrid Emprende*



## Algunos enlaces de interés:

- Radio



**Escuchar la entrevista realizada a Jourmind en Radio Vallekas**

<https://soundcloud.com/jourmind-emermusic/entrevista-en-exportadores-por>



**Escuchar la entrevista realizada a Jourmind en Radio Mente Abierta - México**

<https://soundcloud.com/jourmind-emermusic/entrevista-en-obra-maestra>

- Televisión



**Ver la entrevista realizada en el TVE a Jourmind**

<http://www.youtube.com/watch?v=gTalFfAgg1U>

- Prensa escrita on-line y off-line:

**Todostartups:** [http://www.todostartups.com/experiencias\\_emprendedores\\_inversores/experiencia-jourmind-plataforma-de-promocion-de-musicos-y-cantantes](http://www.todostartups.com/experiencias_emprendedores_inversores/experiencia-jourmind-plataforma-de-promocion-de-musicos-y-cantantes)

**Revista Emprendedores:**

<http://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/jourmind>

- Otros enlaces:



**Elevator Pitch sobre Jourmind por Cristina Martín López**

<https://www.youtube.com/watch?v=OQ1--UKXwQE>

## Vídeo presentación Jourmind



<https://www.youtube.com/watch?v=CnnB58LXfVE>

[www.jourmind.es](http://www.jourmind.es)

<https://www.facebook.com/JourmindOficial>

<https://www.youtube.com/jourmind>

@jourmind

jourmind.info@gmail.com

91 016 15 67

c/ químicas nº 2 despacho 1-10

28923 Alcorcón (Madrid)