

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA
POSICIONAR A UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE
PRODUCCIÓN MUSICAL Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES**

EVELYN ANABEL TAPIA GRANADA

ING. FRANCISCO MOSCOSO TOQUICA

MBA

**COMPETITIVIDAD INSTITUCIONAL Y SUS IMPLICACIONES
ESTRUCTURALES EN SU ENTORNO ECONÓMICO**

QUITO, FEBRERO 2019

Director:

Ing. Francisco Moscoso MBA

Lectores:

Ing. Nelson Reinoso

Ing. Fernando Rosas

Dedicatoria

El presente trabajo se lo dedico a mi madre y mejor amiga Dulzurita quien me motivo a seguir superándome día a día, quien me acompaño en mis noches de desvelo y me apoyo en mis decisiones más locas.

Agradecimiento

En esta oportunidad quiero agradecer a mi madre Carmelina por su amor, su apoyo y su comprensión; de igual manera agradezco a mi hermano Oscar gerente de Karma Studio Pro que me facilito su tiempo y ayuda en el desarrollo de la tesis.

INDICE

1.	ANÁLISIS SITUACIONAL	1
1.1.	Descripción de la empresa	1
1.1.1.	Historia	1
1.1.2.	Logo.....	3
1.1.3.	Misión.....	4
1.1.4.	Visión.....	4
1.1.5.	Objetivos estratégicos empresariales.....	4
1.1.5.1.	Objetivos a corto plazo	4
1.1.5.2.	Objetivos a largo plazo	5
1.1.6.	Valores	5
1.1.7.	Servicios de la empresa	6
1.2.	Análisis del entorno.....	8
1.2.1.	Análisis externo - macroentorno	8
1.2.1.1.	Análisis Pest.....	9
1.2.1.2.	Entorno Político Legal.....	9
1.2.1.3.	Entorno Económico	12
1.2.1.4.	Entorno Social - Cultural	15
1.2.1.5.	Entorno Tecnológico.....	16
1.2.2.	Análisis interno - microentorno	17
1.2.2.1.	5 Fuerzas de Michael Porter	17
1.2.2.2.	Rivalidad entre competidores	18
1.2.2.3.	Amenaza de entrada de nuevos competidores	18
1.2.2.4.	Competencia de productos sustitutos	19
1.2.2.5.	El poder negociador de los proveedores	19
1.2.2.6.	Poder de negociación de los clientes.....	19
1.2.3.	Diagnostico situacional.....	20
1.2.3.1.	Análisis FODA	20
1.2.3.2.	Fortalezas	21
1.2.3.3.	Oportunidades.....	22
1.2.3.4.	Debilidades	22
1.2.3.5.	Amenazas	23
2.	ANÁLISIS DEL MERCADO	24
2.1.	Investigación de mercados	24

2.1.1.	Definición del problema	25
2.1.2.	Objetivos de la investigación	26
2.1.2.1.	Objetivo General	26
2.1.2.2.	Específicos.	26
2.1.3.	Segmentación del mercado	26
2.1.4.	Fuentes de información.....	28
2.1.4.1.	Fuentes primarias.....	28
2.1.4.2.	Fuentes secundarias.	28
2.1.5.	Recolección de Información	29
2.1.6.	Encuestas	30
2.1.6.1.	Determinación de la muestra	30
2.1.6.2.	Diseño de encuesta	31
2.1.6.3.	Análisis de Resultados	35
3.	ESTRATEGIAS DE MARKETING	75
3.1.	Planteamiento de objetivos de marketing	75
3.2.	Estrategia empresarial.....	76
3.3.	Segmentación del mercado	77
3.3.1.	Segmentación geográfica	78
3.3.2.	Segmentación demográfica	79
3.4.	Diversificación de productos	79
3.5.	Estrategia de posicionamiento de una marca	82
3.6.	Marketing Mix Las 4 P's del Marketing	82
3.6.1.	Producto (o servicio)	83
3.6.2.	Precio	86
3.6.3.	Plaza	88
3.6.4.	Promoción	89
3.7.	Estrategia de fidelización.....	90
4.	ANÁLISIS FINANCIERO	91
4.1.	Presupuesto de inversión	92
4.2.	Impacto Financiero.....	94
4.3.	Estado de Resultados Actual	95
4.3.1.	Índice de Rentabilidad	96
4.4.	Situación Actual vs Situación Propuesta.....	96
4.4.1.	Propuesta de marketing	96
4.4.1.1.	Presupuesto de Costos del proyecto Música Viva	98

4.4.2.	Compra de activos	99
4.4.3.	Proyección de gastos	100
4.4.4.	Proyección de la demanda	101
4.4.5.	Resultado de la situación actual vs la situación propuesta.....	101
	Conclusiones	103
	Recomendaciones	105
	Bibliografía	107

RESUMEN

El siguiente proyecto trata sobre la elaboración de un Plan de Marketing para la empresa Karma Studio Pro que es un nuevo emprendimiento que lleva en el mercado un año y medio, bajo la dirección de su gerente propietario el Ing. Oscar Tapia, quién ofrece servicios de producción musical, asesoría y contenido audiovisual.

Se inicia con un análisis situacional respecto al macroentorno y microentorno de la empresa en el cual se definen objetivos que contribuyan al mejorar el rendimiento de la productora; para seguir con el análisis de las variables externas mediante el análisis PEST que define una perspectiva en cuanto a factores políticos, económicos, tecnológicos, sociales y culturales, y finalmente realizar un análisis FODA y las 5 Fuerzas de Porter para conocer las variables internas que afectan a la empresa.

En el estudio de mercado se realizaron encuestas y entrevistas para obtener información sobre los clientes y la competencia dentro del ámbito de producción musical y audiovisual, en el cual se llegó a la conclusión que las grabaciones en vivo de audio y video, son las que le permitieron ganar reconocimiento a la productora. También se determinó que todo artista desea tener una producción musical que le permita darse a conocer, pero el principal impedimento es el dinero.

En base a los resultados del estudio de mercado se realizó las estrategias y tácticas para que la productora pueda expandir su mercado a ciudades como Ambato, Latacunga y Riobamba, promoviendo un servicio innovador y de excelente calidad a través del proyecto Música Viva, que es lo que le permite fortalecer la imagen de la productora logrando posicionar el estudio de grabación con una empresa líder, reconocida en el Cantón Mejía, con la mayor participación en el mercado.

Finalmente se realiza un análisis financiero para poder determinar el costo de las estrategias planteadas, y examinar si el implemento de dichas estrategias generar un impacto positivo o negativo respecto a la rentabilidad de la productora.

ABSTRACT

The following project attempts to elaborate a marketing plan for the Karma Studio Pro company, which is a new entrepreneurship that has been in the market for a year and a half. The company is under the direction of the manager and owner the engineer Oscar Tapia, who offers the services of musical production, advisory and audiovisual content.

It begins with a situational analysis regarding the microenvironment and macroenvironment of the company where the objectives that contribute to the improvement of the efficiency of the studio are established. Moreover, a SWOT analysis is done to know about the internal variables that affect the company, to continue then with the external variables through a PEST analysis which defines the perspective of the political, economic, technological, social and cultural factors.

For the market research some surveys and interviews were conducted to obtain information about the costumers and the competition within the music and audiovisual production field. It was concluded that the live audio and video recording lets the company to reach recognition. In addition, this study determined that artists wish to have a musical production so that they become well-known. However, the economic factor is the main obstacle which leads the artist to work with musical producers at reduced prices.

Based on the results of the market research, some strategies and tactics were made for the Studio to expand its market to other cities such as: Ambato, Latacunga y Riobamba, promoting an innovative and high-quality service through the project “Música Viva”. This helps to strengthen the image of the company as the recording studio is positioned as a leading company in the Canton Mejía with the greatest participation in the market.

Finally, a financial analysis was prepared to determine the cost of the established strategies and to examine if the implementation of such strategies produces a positive or a negative impact concerning the profitability of the company.

INTRODUCCIÓN

Para un estudio de grabación es más complicado hacerse notar debido a diversos factores como la competencia e incluso no profesional que existe en el mercado, el elevado costo de los equipos y su constante innovación, porque cada vez se tiene que actualizar nuevos equipos debido a las nuevas mejoras que facilitan y optimizan el trabajo.

La productora al estar empezando está dándose a conocer a través de redes sociales, radios, televisión y por medio de artistas embajadores de la marca; no obstante la empresa necesita de estrategias de promoción y publicidad con el fin de obtener un mayor reconocimiento del público, y ampliar su nicho de mercado.

La poca promoción y publicidad de Karma Studio Pro, se ha convertido en uno de los principales problemas para que la empresa pierda potenciales clientes, que al desconocer la existencia de la empresa o por el hecho de considerar una productora profesional con precios altos, recurren a la competencia.

La industria de grabación se ha estancado debido a la falta de ambición y conocimiento por parte de los artistas ya que no se atreven a invertir con profesionales creyendo que al grabar en un estudio de alta categoría su valor es mucho más alto, cuando en realidad es todo lo contrario.

Ante esta realidad Karma Studio Pro requiere de estrategias de marketing que le ayude a encontrar posibles errores respecto a la promoción y publicidad que está usando que pueden no ser del todo adecuada para el giro de negocio, sino que hay que mejorar, además de representar un costo innecesario, que puede ser usado para otras inversiones.

Es por esa razón que mediante la elaboración de este trabajo de investigación lo que se busca es sugerir al propietario de Karma Studio Pro estrategias de mercadotecnia que le permitan darse a conocer en el mercado, posicionarse y a su vez ampliar su nicho de mercado, reteniendo sus clientes actuales, para lo cual primero debemos analizar el mercado meta y en base a este análisis podemos diseñar las estrategias que cubran las necesidades y expectativas del cliente.

1. ANÁLISIS SITUACIONAL

1.1. Descripción de la empresa

1.1.1. Historia

En el 2008 con una computadora de escritorio, un piano y un micrófono se empezó a grabar, realizando canciones de práctica, pero ninguna fue comercializada, sin embargo poco a poco se siguió aprendiendo y perfeccionando, a pesar de no tener acústica y grabar en una habitación.

En el 2009 se realizó la primera grabación para la banda Tucusitos Banda Show, canción que se escuchó en radio JM en Machachi. A partir del 2010 se empezó a grabar con una consola de 8 canales y un micrófono de voz más profesional, realizando grabaciones de práctica que no salían a medios de comunicación.

En el 2011 se asignó una sala para el estudio de grabación con un espacio más grande y una división entre cuarto de máquinas y cuartos de grabación. Por primera vez

se colocó esponja para controlar en poca medida la acústica, pero sin un diseño acústico ni estudios previos. En el 2012 se tuvo lista la construcción y se empezó a recibir por primera vez a clientes, también se adquirió una interface de audio profesional de 8 canales, donde ya se pudo grabar con mayor calidad y con multipista.

En 2013 se adquirió monitores de estudio profesionales, micrófonos profesionales, y se empezó a realizar producciones de audio cada vez a más artistas. En 2014 y 2015 se continuó grabando a artistas y adquiriendo más experiencia.

En 2016 se realizó una remodelación, dónde se triplicó el tamaño del estudio de grabación, dejando una sala de grabación más amplia, e implementando por primera vez un diseño acústico profesional colocando paneles y trampas de bajo optimizando el espacio.

A finales de 2016 se lanzó la marca Karma Studio Pro como tal, dejando una imagen de un estudio de grabación diferente y lleno de posibilidades y beneficios para los clientes, el estudio de grabación se convirtió muy solicitado.

A partir del 2017 se lanzó la productora audiovisual Karma Studio Pro donde se agregó los servicios de videos, fotografía, diseño de imagen, con lo cual fue un

complemento para nuestro trabajo. Además se adquirió más equipos de audio y de video, como cámaras GoPro, cámaras Réflex, estabilizadores y micrófonos.

En 2018 se adquirió nuevos equipos profesionales que permitió a Karma Studio Pro estar a la vanguardia en tecnología de grabación, con la adquisición de luces profesionales, y además se implementó un estudio de fotografía profesional.

1.1.2. Logo

Figura 1. Logo de Karma Studio Pro



Fuente. Karma Studio Pro

Elaborado por. Karma Studio Pro

1.1.3. Misión

Apoyar e impulsar a los artistas de música nacional con la mejor asesoría profesional, cumpliendo sus expectativas de calidad, confianza y buen servicio.

1.1.4. Visión

Ser una marca reconocida a nivel nacional en producción musical y contenido audiovisual, con la garantía y experiencia de profesionales.

1.1.5. Objetivos estratégicos empresariales

1.1.5.1. Objetivos a corto plazo

Para Karma Studio Pro los objetivos a corto plazo son:

- Mejorar la calidad de grabaciones de música nacional sin elevar los costos.
- Expandir el mercado a las ciudades de Latacunga, Ambato y Riobamba.

1.1.5.2. Objetivos a largo plazo

Para Karma Studio Pro los objetivos a largo plazo son:

- Colocar la marca como la principal competidora de productoras con mayor trayectoria.
- Crear un sonido característico en las grabaciones hechas en el estudio
- Equipar el estudio con más tecnología para video.

1.1.6. Valores

Para Karma Studio Pro, los valores más importantes son:

- **Puntualidad:** Dentro de la empresa es muy importante mostrar seriedad en el cumplimiento del trabajo, respetando el día y la hora pactada con el cliente, debido a que la empresa considera que es mejor no saturarse de trabajo, especialmente cuando se tiene que ser puntual en los negocios.

- **Confianza:** Al ganarse el aprecio de los clientes para poder crear una relación mucho más personalizada, para así poder entender de mejor manera sus necesidades, deseos y exigencias.
- **Honestidad:** Ser honestos en cuanto a las grabaciones realizadas en el estudio respetando la autoría de cada artista, para evitar inconvenientes.
- **Responsabilidad:** En realizar el trabajo con excelencia, manteniendo los estándares de calidad ofrecidos al cliente, para lo cual se programa los tiempos necesario para el cumplimiento del trabajo, pero estableciendo un margen si surge algún imprevisto, para que los clientes queden satisfechos y no generar molestias por el incumplimiento.

1.1.7. Servicios de la empresa

Karma Studio Pro es una empresa que ofrece a sus clientes una gama extensa de servicios, entre ellos tenemos:

Producción musical:

- Creación de pistas
- Arreglos musicales
- Spots de radio
- Programación de cajas de ritmos y pianos
- Grabación de audio en vivo

Contenido audiovisual:

- Grabación de videos musicales
- Grabación de videos en vivo
- Sesiones fotográficas
- Fotografía aérea
- Comerciales de televisión
- Diseños de portadas
- Diseño y asesoría de imagen artística
- Reproducción de CD's, afiches, tarjetas

Otros:

- Publicidad en redes sociales

1.2. Análisis del entorno

Karma Studio Pro es una productora dedicada a prestar servicios de producción musical y audiovisual, con el sello y garantía profesional; no obstante la empresa carece de un plan de marketing que le permita mejorar su participación en el mercado; por esa razón es necesario realizar un análisis del macroentorno y microentorno para analizar los factores que benefician o perjudican a la empresa.

1.2.1. Análisis externo - macroentorno

En el macroentorno se analizan todas aquellas variables ajenas a la empresa, pero que influyen de forma directa. “La empresa y todos los demás actores operan dentro de un macroentorno más grande de fuerzas que configuran las oportunidades y presentan amenazas para la empresa, es decir factores de la sociedad que afectan el microentorno”. (Kotler & Armstrong, 2013)

1.2.1.1. Análisis Pest

La metodología empleada para revisar el entorno general es el análisis Pest, que consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera del control de la empresa, pero que pueden afectar a su desarrollo futuro. (Pedrós & Gutiérrez, 2005)

En el análisis PEST definiremos cuatro variables clave que pueden tener una influencia directa sobre la evolución del negocio; los cuales son: factores políticos, factores económicos, factores sociales y culturales y factores tecnológicos.

1.2.1.2. Entorno Político Legal

“El entorno político está constituido por las leyes y normas que influyen o limitan a varias organizaciones e individuos en una determinada sociedad”. (Kotler & Armstrong, 2013)

Dentro del entorno Político – Legal existe un factor que influye significativamente, y se trata de la necesidad de una legislación y un ente regulador que defienda los derechos de propiedad intelectual. En todo el mundo existen procedimientos

para regular el uso de las obras privadas, organizaciones, convenios y leyes que garantizan el cumplimiento de los derechos de autor y la protección de la música.

En la actualidad, instituciones como CISAC (Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores), organismo mundial para la protección de Derechos Autorales y de otros organismos regionales afines; Sayce (Sociedad de Autores del Ecuador), cuyo objetivo primordial es proteger y administrar los derechos económicos resultantes de la utilización de las obras musicales de autores nacionales y extranjeros; entre otros, tratan de implementar leyes que reconozca la autoría de las composiciones con el fin de que los creadores se beneficien de los derechos económicos.

Muchos países desarrollan sus propias leyes que velan por la defensa de la propiedad intelectual. En Ecuador, por ejemplo, existe el Código de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, el Estatuto de la Sociedad de Autores del Ecuador, la Ley de Propiedad Intelectual, acuerdos y convenios, que justamente protegen los derechos de autor por ley y a beneficiarse de los derechos económicos que le correspondan por sus creaciones.

Estas leyes y normativas buscan ayudar al artista ecuatoriano para que pueda percibir ingresos por los derechos de autor, no obstante muchos músicos prefieren que sus composiciones sean difundidas libremente sin fines de lucro a pesar de que impliquen pérdidas, porque consideran que así podrán dar a conocer de mejor manera su música e

incentivar el arte musical, pero hay otros casos de artistas que al saber del uso de sus composiciones buscan aprovecharse del desconocimiento de las leyes y sacar el mayor provecho y recibir los cobros por derecho de autor.

En la ley de comunicación se aprobó el art 97 y 103, en los cuales estipula:

Artículo 97. Espacio para la producción audiovisual nacional.- Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60% de su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de producciones nacionales cinematográficas y de creaciones audiovisuales, de programas y series argumentales, documentales, experimentales, de animación y de técnica mixta; así como producciones de video arte, videos musicales, telenovelas y otras producciones de autor. Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio. (Asamblea Nacional, 2013)

Art. 103.- Difusión de los contenidos musicales.- En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora que emitan programas musicales, la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador deberá representar al menos el 50% de los contenidos musicales emitidos en todos sus horarios, con el pago de los derechos de autor conforme se establece en la ley. Están exentas de la obligación referida al 50% de los contenidos

musicales, las estaciones de carácter temático o especializado. (Asamblea Nacional, 2013)

Estas leyes y políticas buscan fortalecer la industria musical ecuatoriana apoyar producciones nacionales con el fin de incentivar a los artistas a mantener una sociedad de cultura y tradición, lo que genera una motivación a seguir realizando producciones musicales que les permitan dar a conocer su música, lo que beneficia a la productora Karma Studio Pro porque es una oportunidad para difundir todo los trabajos musicales tanto en audio como en video, incentivando a la realización de nuevas producciones.

1.2.1.3. Entorno Económico

“El entorno económico puede ofrecer tanto oportunidades como amenazas, el cual consiste en todos aquellos factores económicos que afectan el poder de compra del consumidor y sus patrones de gastos”. (Kotler & Armstrong, 2013)

El Ecuador en los últimos años ha registrado un incrementado en el número de microempresas y empresas familiares generadas por diversos factores ya sean por oportunidad o necesidad como la falta de plazas laborales, o simplemente para tener mayor independencia y mejorar la rentabilidad actual. (Trujillo Jácome, 2010)

Según la (Aduana del Ecuador SENA) las medidas impositivas para las mercancías de la subpartida nacional establecidas para su ingreso al país son:

- Sección XVI: Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos.
- Capítulo 85 - Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos.

Tabla 1. Tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional

Tipo de producto: Ley 29666-IGV 20.02.11	
Gravámenes Vigentes	Valor
Ad/Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derechos Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1,75%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	U

Fuente. Aduana del Ecuador SENA
Elaborado por. Evelyn Tapia

Basado en esta información podemos ver que para la industria audiovisual y musical la adquisición de equipos tecnológicos es complicada debido a que en el país no existe tecnología musical avanzada y actualizada, por lo que el acceso a equipos y la falta de opciones, obligan a optar por realizar compras en el exterior que tienen un valor elevado debido a las tasas, aranceles e impuestos agregados por la adquisición tanto del país de origen como del destinatario, por esa razón la tecnología de baja calidad tiene precios exagerados y los equipos de alta calidad son difíciles de adquirir.

Sin embargo, existen varios inconvenientes al momento de optar por mercancía extranjera, ya sea que no se suele calcular el tiempo de espera, los aranceles, impuestos y otros recargos adicionales a su valor original, lo que resulta que el equipo adquiera un valor mayor, pero aun así está sujeto a riesgos como que la mercancía se pierda, o que en producto quede retenido en la Aduana por no tener una factura comercial o declaración de contenido.

En conclusión, uno de los factores problemáticos dentro del ámbito económico, es que en el país las productoras no pueden costear equipos de última tecnología, debido a que el valor de adquisición del equipo y adicionalmente las tasas arancelarias, el tiempo de espera y demás, hacen que los equipos adquiera un valor superior; no obstante la tecnología avanza más rápido cada día y por esa razón se requiere de una constante inversión para la innovación de nuevos equipos, pero si se reducen los precios de los equipos para grabaciones de sonido y video, se obtienen más ingresos, obteniendo para

el país un mayor incremento en recaudaciones por impuestos, activando la economía e incentivando la cultura musical.

1.2.1.4. Entorno Social - Cultural

En el entorno cultural están los valores de una sociedad, sus percepciones, preferencias y comportamientos. Dentro de la sociedad crecen las personas donde forman sus valores y creencias que le permiten forjar su identidad. Absorben una visión del mundo que define su relación con los demás. (Kotler & Armstrong, 2013)

El artista ecuatoriano se ha convertido en su propio productor, publicista y manager, por el desconocimiento o la falta de recursos para solventar a productoras especializadas que les brinden una asesoría profesional, impulsando la piratería.

En Ecuador existen organizaciones que velan por la defensa de los derechos de autores, productores musicales y actividades culturales, y lo que buscan es fomentar una cultura que mantenga la identidad de la música nacional y contribuir al engrandecimiento musical del país, por esa razón el Ministerio de Cultura y la Casa de Cultura Ecuatoriana organizan festivales artísticos que son un punto de entrada para que los músicos puedan tener un espacio para difundir su música.

Un compositor que ha plasmado obras se convierten en parte de la cultura de cada país, por esa razón no podría seguir creando obras si no se respeta su derecho como autor; una composición musical se considera un bien privado por lo que para su uso es necesario pedir una autorización, por esa razón facilitando el acceso legal a las obras se desenvuelve la identidad de un país y se estimula el desarrollo económico de la industria cultural respetando los derechos de autor se valora el trabajo de sus creadores.

1.2.1.5. Entorno Tecnológico

La tecnología siempre ha influido en el avance de la vida de las personas. Una de las áreas que se ha beneficiado más de la tecnología es el sector de la música, por la conexión que existe entre la creatividad musical con la tecnológica, por el uso de equipos electrónicos y programas informáticos para la composición, grabación, reproducción, edición de producciones musicales como audiovisuales. (Achtibat, 2015)

Dado que la tecnología está avanzando a pasos gigantescos, la industria musical de la misma manera tiene que adaptarse a este cambio, porque existen constantes actualizaciones de equipos, desarrollo de dispositivos con tecnología de última generación en la producción.

La tecnología musical es importante para la sostenibilidad y el progreso de la misma porque dentro de los estudios de grabación se pueden producir una serie de variaciones musicales que requieren de tecnología avanzada, para poder crear nuevas posibilidades de sonido, mejorando edición de música y efectos acústicos, para poder complacer las expectativas del espectador.

1.2.2. Análisis interno - microentorno

“En el microentorno se incluyen todos los factores cercanos que afectan a la empresa, tanto positiva como negativamente, mediante su capacidad para crear valor y satisfacción para los clientes, y todo lo relacionado con ellos”. (Kotler & Armstrong, 2013)

1.2.2.1. 5 Fuerzas de Michael Porter

“Este modelo ayuda a comprender las fuentes de la competencia en una industria o sector”. (Johnson, 2006)

1.2.2.2. Rivalidad entre competidores

En Ecuador no existe un registro para poder saber el número de estudios de grabación, sin embargo se tiene conocimiento de las productoras que representan una competencia, y es que cada productora compite con las demás mostrando trabajos de calidad, y esta es la mayor muestra de competencia porque los clientes van a poder ver y comparar los trabajos de cada productora y tomaran la decisión de donde quieren ir, es por eso que la mejor herramienta para competir entre productora es mostrar todo de calidad.

1.2.2.3. Amenaza de entrada de nuevos competidores

La amenaza de entrada de nuevos competidores es baja porque en el Cantón se cree que no hay tantos artistas o que no cuentan con los recursos económicos para costear una producción profesional, sin embargo de los estudios de grabación de la ciudad de Machachi solamente Karma Studio Pro es el único que se dedica completamente a su actividad comercial con horarios flexibles dependiendo de las necesidades del cliente, pues los demás prestan los servicios de producción musical ocasionalmente como un hobby y no como una oportunidad de negocio, por lo que no cuentan con publicidad y los servicios que ofrecen son a precios bajos que no cubren con los costos de producción.

1.2.2.4. Competencia de productos sustitutos

La competencia de productos sustitutos es baja porque uno de los servicios sustitutos son las grabaciones informales realizadas por los propios artistas que tratan de ahorrar dinero y quieren realizar sus trabajos según sus gustos y deseos, pero para poder realizar una producción musical que pueda competir en el mercado se requiere de equipos de última generación, de calidad que puedan ofrecer un sonido profesional y así competir con los mejores artistas del Ecuador.

1.2.2.5. El poder negociador de los proveedores

El poder de negociación con los proveedores es alto por los acuerdos que se han llegado que benefician a la productora, generando grabaciones con menor costo y mayor ganancia gracias a los bajos precios y alta calidad de los productos y servicios recibidos por los proveedores.

1.2.2.6. Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación de los clientes es alto porque como bien se sabe en su mayoría los músicos tienen el deseo de tener una producción musical, pero no todos tienen

la posibilidad de hacerlo, es así como la productora brinda la oportunidad a los artistas de impulsar sus carreras musicales y dejar a un lado la percepción un estudio profesional tiene los precios más altos.

Lo que no todos saben es que Karma Studio Pro ha creado una variedad de servicios a diferentes precios ideales para cada cliente, porque la productora considera de que es preferible darles la confianza para que cada uno pueda entregar todo el trabajo a una sola productora y no tengan que recurrir a otras, porque si vienen por grabación musical pueden también hacer su grabación de video y viceversa lo que beneficia a la productora porque se hacen futura producciones.

1.2.3. Diagnostico situacional

1.2.3.1. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar una análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa.

Se recurre a ella para desarrollar una estrategia de negocio que sea solida a futuro, incluso el análisis FODA es una herramienta útil que todo gerente de empresa o industria debe ejecutar y tomarla en consideración. (Kotler & Armstrong, 2013)

Karma Studio Pro presenta su análisis FODA de forma detalla a continuación:

1.2.3.2. Fortalezas

- Los horarios de atención al cliente son flexibles.
- Los equipos tecnológicos están a la vanguardia tecnológica.
- El personal es idóneo en cada puesto, ya que cuenta con suficiente experiencia y profesionalismo.
- Existe una gran aceptación de los clientes por la cantidad y calidad de servicios brindados.
- El plazo de entrega de los servicios son puntuales.
- Existe una buena reputación con los clientes.
- La empresa tiene un alto nivel de competitividad incrementando el número de clientes.
- Busca desarrollar nuevos servicios y mejorar los actuales para atender las necesidades de los clientes.
- La ganancia es mayor debido a los bajos costos de producción.

1.2.3.3. Oportunidades

- Es uno de los pocos estudios de producción musical y contenido audiovisual ubicado en la ciudad de Machachi.
- Existen políticas de desarrollo empresarial para el crecimiento del negocio.
- El mercado está en crecimiento.
- Se realizan alianzas estratégicas con el fin de aumentar el mercado.
- La difusión de la música nacional en radios y televisión beneficia a los artistas de géneros alternativos.
- La empresa tiene conocimiento del mercado.
- Instituciones culturales buscan fomentar la difusión de la música nacional.

1.2.3.4. Debilidades

- Falta de planeación estratégica que permita proyectar el crecimiento del negocio.
- Poca promoción y publicidad
- Débil imagen en el mercado y en la mente del consumidor.

1.2.3.5. Amenazas

- Incremento de la competencia debido a las barreras bajas de entrada al mercado.
- Cambios de las variables económicas
- Los precios en el mercado en general están bajando
- Los derechos de autor perjudican a todos aquellos artistas aficionados que realizan covers y que tienen que pagar a pesar de no percibir ingresos.
- Los altos precios por la adquisición tecnología que solo está disponibles fuera del país.
- Depreciación y pérdida de valor de los equipos tecnológicos.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. Investigación de mercados

La investigación de mercados es el diseño, la recopilación, el análisis y el informe sistemático de datos pertinentes de una situación de marketing específica que enfrenta una organización. (Kotler & Armstrong, 2013)

Las compañías utilizan la investigación de mercados en una gran variedad de situaciones, como por ejemplo para entender las motivaciones, el comportamiento de compra y la satisfacción de los clientes; también sirve para evaluar el potencial de mercado y su participación en éste, así como a medir la eficacia de la fijación de precios, del producto, de la distribución o de la promoción, es decir como un recurso de ayuda en su toma de decisiones.

El proceso de investigación de mercados incluye cuatro pasos: definición del problema y de los objetivos de investigación, desarrollo del plan de investigación, aplicación del plan de investigación, e interpretación e informe de los resultados.

2.1.1. Definición del problema

La poca promoción y publicidad de Karma Studio Pro, se ha convertido en uno de los principales problemas, para que la empresa pierda potenciales clientes, que al desconocer la existencia y calidad de la empresa recurren a la competencia.

Para un estudio de grabación es más complicado hacerse notar; la empresa al ser nueva está dándose a conocer a través de redes sociales, radios, televisión y por medio de artistas embajadores de la marca; no obstante la empresa necesita de más promoción y publicidad con el fin de obtener un mayor reconocimiento en el mercado, posicionamiento y a su vez ampliar su nicho de mercado, reteniendo sus clientes actuales.

La industria musical se ha estancado debido a la falta de ambición y conocimiento por parte de los artistas, porque no se atreven a invertir con profesionales, debido a la creencia que al grabar en un estudio de alta categoría su valor es mucho más alto, cuando en realidad es todo lo contrario.

Ante esta realidad Karma Studio Pro requiere de estrategias de marketing que le ayude a potenciar la marca y encontrar posibles errores respecto a la promoción y publicidad que está usando, que puede no ser del todo adecuada para el giro de negocio, y representar un costo innecesario, que puede ser direccionado a otras inversiones.

2.1.2. Objetivos de la investigación

2.1.2.1. Objetivo General

Obtener información sobre la demanda actual de los estudios de grabación y el posicionamiento que tiene la marca Karma Studio Pro en el mercado.

2.1.2.2. Específicos.

- Conocer el entorno competitivo de Karma Studio Pro.
- Determinar el grado de aceptación de la marca en el mercado.
- Investigar si existe fidelidad a la marca.
- Identificar las necesidades más relevantes que buscan clientes potenciales

2.1.3. Segmentación del mercado

Las empresas en la actualidad reconocen que no pueden atraer a todos los compradores del mercado, o al menos no en la misma forma, debido a que cada uno tiene distintas necesidades, gustos y deseos, es por esta razón que una compañía debe

identificar las partes del mercado a las que podría servir mejor y con mayores utilidades; debe diseñar estrategias de marketing impulsadas por el cliente para desarrollar las relaciones adecuadas con los clientes correctos.

De esta manera, la mayoría de las compañías han pasado de la concepción de un marketing masivo a la de un marketing meta: identificar segmentos del mercado, seleccionar a uno o más de ellos y desarrollar productos y programas de marketing a la medida de cada uno. En vez de distribuir sus campañas de marketing (el método de “la escopeta”), las empresas buscan concentrarse en los compradores que tienen mayor interés en los valores que ellas crean mejor (el método del “rifle”).

La segmentación del mercado implica dividir el mercado en grupos más pequeños de consumidores con necesidades, características o conductas diferentes, que podrían requerir estrategias o mezclas de marketing específicas. La empresa identifica distintas formas para segmentar el mercado y desarrolla los perfiles de los segmentos de mercado resultantes.

2.1.4. Fuentes de información

2.1.4.1. Fuentes primarias.

Las fuentes primarias contienen información nueva y original resultado de un trabajo intelectual, es decir, es toda la información que ha sido recogida y elaborada específicamente por el investigador, con el único objetivo de usarse en el estudio que se está realizando.

Las fuentes primarias de la investigación son encuestas, sondeos, entrevistas que se las realizará a todos los clientes de “Karma Producciones” y a los músicos en general de la ciudad de Machachi, respecto a la situación actual de la marca, cuya información será de gran importancia para la investigación de mercado.

2.1.4.2. Fuentes secundarias.

Las fuentes secundarias contienen información producto de un análisis de una fuente primaria como libros, enciclopedias, revistas, artículos, bases de datos, estadísticas, informes, que están relacionados con el tema, es una información basada en hechos reales cuya precisión metodológica es importante, es decir, son datos ya existente

y no es necesario aplicar ninguna técnica de obtención de información, únicamente se analiza la información recogida anteriormente.

Dentro de las fuentes secundarias de la investigación tenemos los más importantes: memorias de la empresa, reportajes de revistas, informes de actividades Sayce, libros, revistas, tesis, artículos.

2.1.5. Recolección de Información

Para la recolección de información se realizará una investigación descriptiva porque el objetivo primordial de estudio de mercado es buscar de mejor manera los problemas o las situaciones actuales, así como el mercado potencial de Karma Studio Pro y la actitud de los consumidores de los servicios ofertados, para lo cual se utilizarán entrevistas, encuestas y observación.

Una vez recolectada la información se procede a realizar la tabulación de los datos para luego evaluarlos y tomar una decisión. Las tabulaciones se realizarán en Excel porque se busca presentar los resultados en forma de gráficos para una mayor comprensión y análisis. Las entrevistas a clientes y competidores serán grabadas en voz y video para luego transcribir la información más relevante para la investigación con el fin de implementar estrategias para Karma Studio Pro.

2.1.6. Encuestas

2.1.6.1. Determinación de la muestra

Para la presente investigación la encuesta está direccionada a los músicos aprendices y con trayectoria de la ciudad de Machachi y los clientes de Karma Studio Pro; para lo cual los datos utilizados para el cálculo y de conformidad con la fórmula fueron los siguientes:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,9 \times 0,1}{0,05^2}$$

$$n = 138$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

p = probabilidad de éxito a favor 0,8 probabilidad de encontrar músicos en Machachi

q = probabilidad complementaria en contra 0,2

Z = nivel de confianza 95% mismo que equivale a 1,96

e = error de estimación (precisión en los resultados) 5%

Los datos para p y q fueron establecidos por medio de la ejecución de una prueba piloto a 30 encuestados, la cual dio como resultado la aceptación del proyecto del 90%. El número de encuestados para el estudio de mercado son 138 con un nivel de confianza del 95%.

2.1.6.2. *Diseño de encuesta*

ENCUESTA					
Género:	M_____	F_____			
Edad:	5 a 15 años _____	16 a 35 años _____	36 a 65 años _____		
1. En relación con la actividad musical usted es:					
_____	Principiante	_____	Intermedio	_____	Profesional
2. ¿Cuál es su mayor ambición dentro de su carrera musical?					

3. ¿Cuenta con alguna grabación musical?

_____ Sí

_____ No

Si su respuesta fue negativa continúe con la pregunta 5

4. ¿En qué estudio de grabación la realizo?

5. ¿Usted planea realizar una grabación musical en los próximos meses?

_____ Sí

_____ No

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios?

Grabación de sonido: _____ \$50 a \$99 _____ \$100 a 149 _____ \$150 a \$200

Grabación de video: _____ \$100 a \$149 _____ \$150 a \$199 _____ \$200 a \$300

7. ¿Qué busca al ir a un estudio de grabación?

_____ Calidad

_____ Bajos precios

_____ Buena asesoría

_____ Otros: _____

8. Sabe usted: ¿Cuántos estudios de grabación hay en el Cantón Mejía? ¿Cuáles son?

9. De los estudios antes mencionados: ¿Cuál recomendaría? ¿Por qué?

10. ¿Le gustaría que existiera un estudio de grabación que ofrezca trabajos profesionales en audio y video sin tener que salir del Cantón?

_____ Sí

_____ No

Si su respuesta fue negativa continúe con la pregunta 12

11. ¿Sabía que existe un estudio de grabación profesional en el Cantón que apoya a los artistas mejienses, cuida su presupuesto e imagen?

_____ Sí

_____ No

12. ¿Cree usted que el dinero es un impedimento al momento de hacer una grabación?

_____ Sí

_____ No

13. ¿Le gustaría a usted como artista tener una persona que pueda guiarle y asesorarle en su carrera musical, con lo cual no pueda cometer errores ni malgastar su dinero?

_____ Sí

_____ No

14. ¿Conoce el sello Karma Studio Pro?

_____ Sí

_____ No

Si su respuesta fue negativa continúe con la pregunta 16

15. ¿Por qué medio se enteró

_____ Televisión

_____ Redes sociales

_____ Radio

_____ Medio externos (amigos, familiares, conocidos, etc)

16. ¿Sabía usted que Karma Studio Pro optimiza los recursos de tal manera de que el dinero ya no es un impedimento?

_____ Sí

_____ No

17. ¿Sabía usted que Karma Studio Pro ofrece facilidad de pago para que el dinero no sea un impedimento?

_____ Sí

_____ No

18. Entre los servicios que ofrece Karma Studio Pro; ¿Cuáles serían de su interés?

_____ Creación de pistas

_____ Grabación de videos en vivo

_____ Arreglos musicales

_____ Sesiones fotográficas

_____ Spots de radio

_____ Fotografía
aérea

_____ Programación de cajas de
ritmos y pianos

_____ Comerciales de televisión

_____ Grabación de audio en vivo

_____ Diseños de portadas

_____ Grabación de videos musicales

_____ Diseño y asesoría de
imagen artística

_____ Reproducción de CD's,
afiches, tarjetas

_____ Manejo de artistas

_____ Publicidad en redes sociales

_____ Imagen

19. ¿Ha escuchado del proyecto “Música Viva” de Karma Studio Pro, dónde se graba el audio y video en vivo?

_____ Sí

_____ No

Si su respuesta fue negativa continúe con la pregunta 21

20. ¿Qué opina usted de los proyectos en vivo de Karma Studio Pro?

21. Recomendaría Karma Studio Pro

_____ Sí

_____ No

Porque: _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

2.1.6.3. Análisis de Resultados

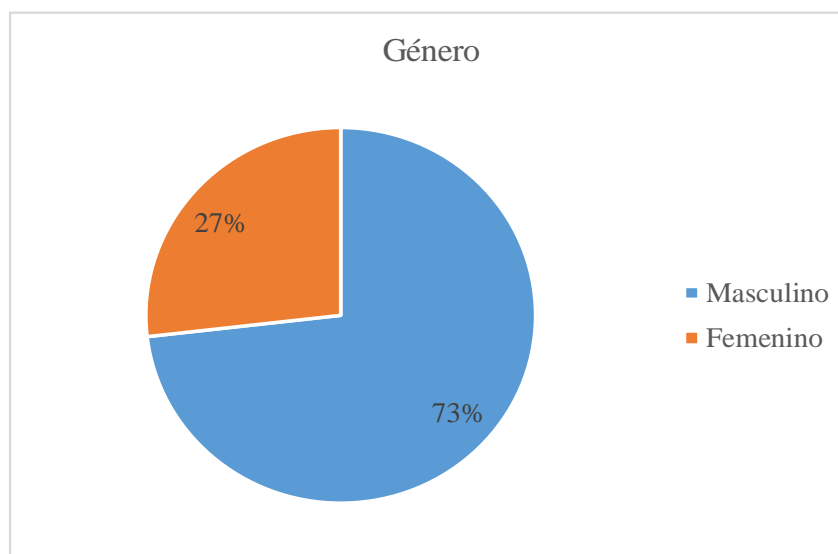
Tabla 2. Género de los encuestados

Género		
Respuesta	Cantidad	%
Masculino	101	73
Femenino	37	27
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 2. Género de los encuestados



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Se realizaron 138 encuestas a los músicos de la ciudad de Machachi de los cuales podemos ver que el porcentaje de hombres 73% es mucho mayor al de las mujeres 27%, y es porque los hombres toman más en serio seguir una carrera musical que las mujeres. En base a estos resultados podemos enfocar más nuestra publicidad para los hombres.

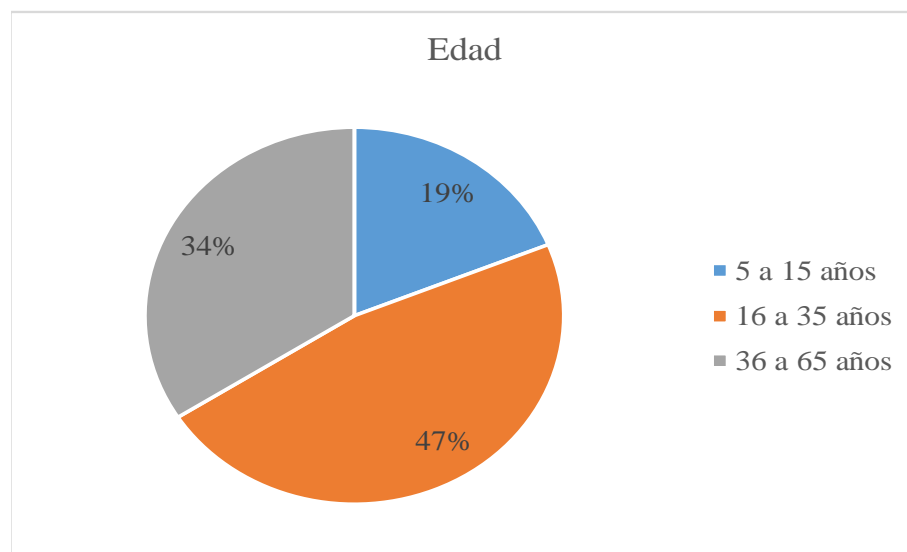
Tabla 3. Edad de los encuestados

Edad		
Respuesta	Cantidad	%
5 a 15 años	26	19
16 a 35 años	65	47
36 a 65 años	47	34
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 3. Edad de los encuestados



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

De las personas encuestadas el 47% del grupo encuestado esta entre los 16 a 35 años, el 34% están entre 36 a 65 años y el 19% son de 5 a 15 años. Con estos resultados podemos dirigir nuestra publicidad a personas cuya edad este en el rango de 16 a 35 años.

1. En relación con la actividad musical usted es:

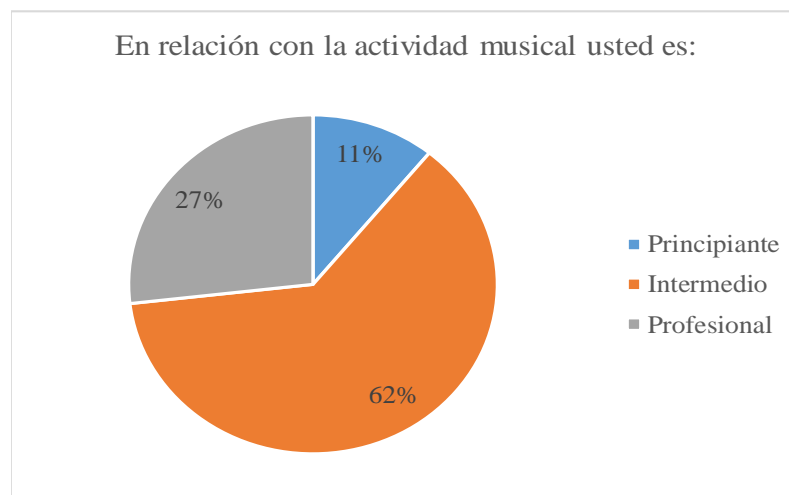
Tabla 4. Actividad musical

PREGUNTA 1		
En relación con la actividad musical usted es:		
Respuesta	Cantidad	%
Principiante	15	11
Intermedio	86	62
Profesional	37	27
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 4. Actividad musical



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

En relación a la actividad musical el 62% son músicos intermedios, el 27% músicos profesionales y el 11% principiantes, con el fin de obtener resultados de músicos con y sin experiencia. En su gran mayoría son intermedios con aspiraciones de convertirse en artistas profesionales para lo cual deben seguir impulsando su carrera musical.

Por esa razón al ser músicos intermedios no tienen la experiencia necesaria para lograrlo y requieren de una empresa que les brinde asesoría y les permita realizar sus grabaciones musicales y es justamente el objetivo de Karma Studio Pro, ayudar a los artistas a impulsar su carrera profesional.

2. ¿Cuál es su mayor ambición dentro de su carrera musical?

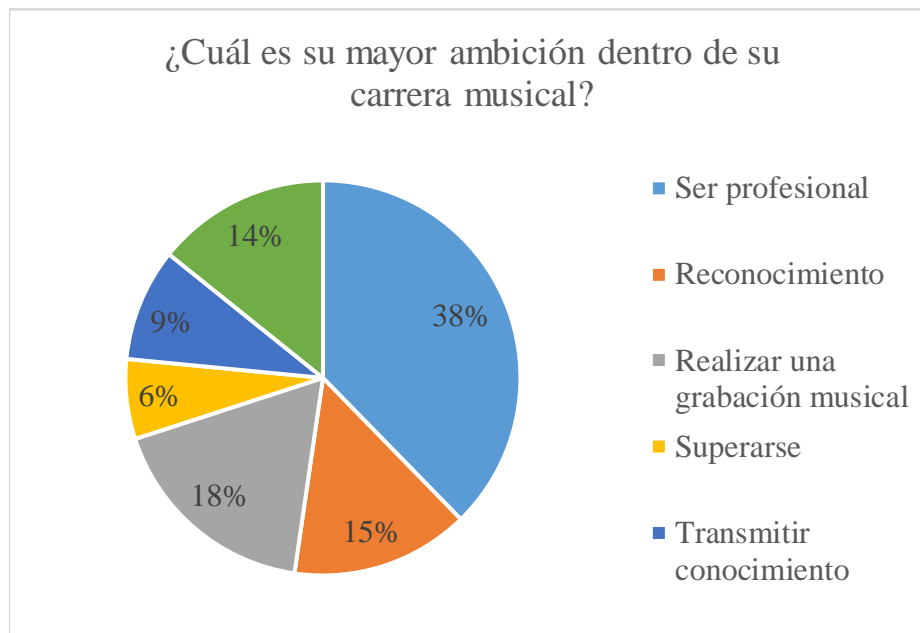
Tabla 5. Ambición musical

PREGUNTA 2		
¿Cuál es su mayor ambición dentro de su carrera musical?		
Respuesta	Cantidad	%
Ser profesional	98	38
Reconocimiento	38	15
Reanudar una grabación musical	46	18
Superarse	17	7
Transmitir conocimiento	24	9
Tener éxito	37	14
TOTAL	260	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 5. Ambición musical



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

La mayor ambición de los encuestados dentro de su carrera musical es llegar a ser músicos profesionales con un 38%, también buscan ser reconocidos y realizar una grabación musical para poder seguir creciendo en el ámbito musical, para conseguir el éxito; lo que nos muestra a clientes potenciales.

En base a estos resultados podemos darnos cuenta que el fin de todo músico es llegar a ser reconocido, porque si no quisieran ser profesionales no tendrían la aspiración de realizar una buena grabación, en ese caso si quieren hacer carrera lo recomendable es realizar consecutivamente producciones musicales para obtener fama y reconocimiento.

3. ¿Cuenta con alguna grabación musical?

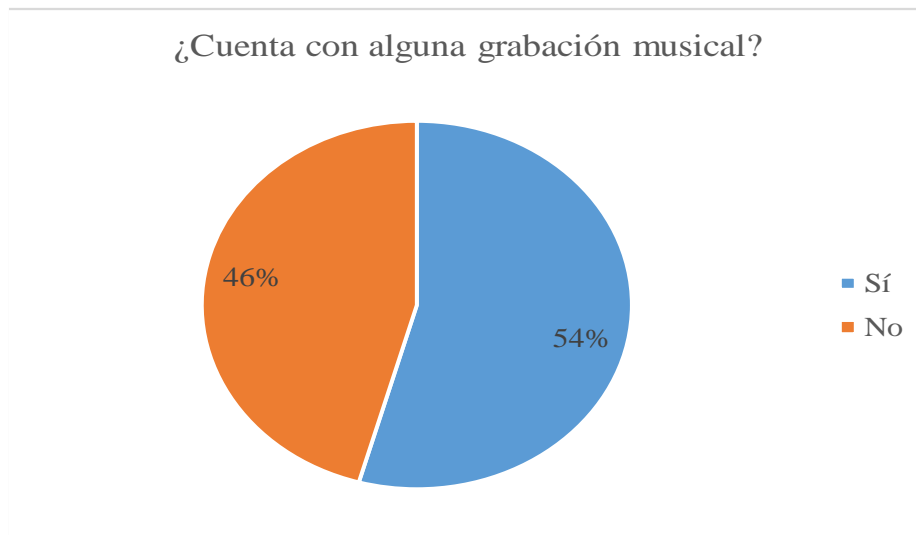
Figura 6. Grabación musical

PREGUNTA 3		
¿Cuenta con alguna grabación musical?		
Respuesta	Cantidad	%
Sí	75	54
No	63	46
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Tabla 6. Grabación musical



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Del total de encuestados el 54% cuentan con una grabación musical y el 46% no.

En base a estos resultados se puede concluir que la mayoría ha realizado una grabación

musical, debido a que siempre va a existir la ambición de tener un trabajo musical, pero el 47% no han hecho grabaciones no porque no quieren sino porque no tienen presupuesto para hacerlo.

4. ¿En qué estudio de grabación la realizo?

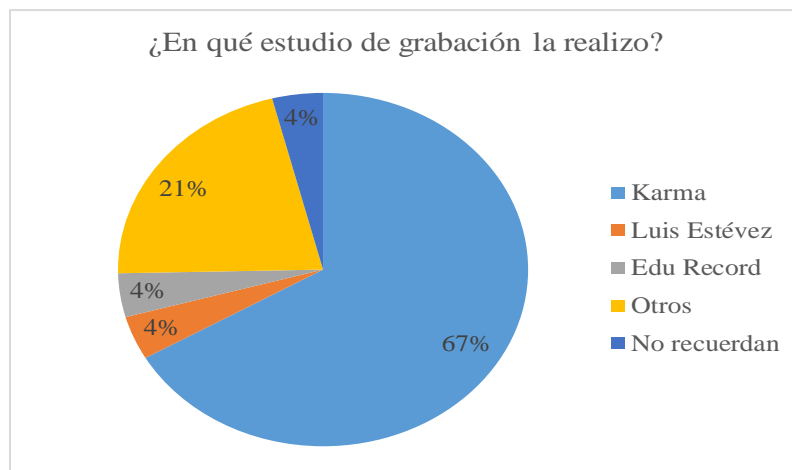
Tabla 7. Estudios de grabación

PREGUNTA 4		
¿En qué estudio de grabación la realizo?		
Respuesta	Cantidad	%
Karma	50	67
Luis Estévez	3	4
Edu Record	3	4
Otros	16	21
No recuerdan	3	4
TOTAL	75	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 7. Estudios de grabación



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Del 54% de los encuestados que respondieron que si tenían una grabación musical, el 67% ha realizado una grabación en Karma Studio Pro, convirtiéndose en el estudio con mayor porcentaje de grabaciones, y es que en el Cantón Mejía no había existido un estudio que se ha puesto de meta entrar al mundo de las grabaciones con algo serio, porque hay estudios de grabación, pero no lo ven como un negocio sino como hobby y por eso todas las inversiones en equipos que han realizado se quedan ahí y no piensan innovar con la adquisición de nuevos.

Por otra parte Karma Studio Pro es el primer estudio que se ubica fijo y que sigue realizando grabaciones constantemente, porque los clientes han demostrado fidelidad a la marca debido a su alto nivel de satisfacción con el trabajo realizado.

Por otra parte la competencia Los otros estudios realizan grabaciones pero muy pocas porque los clientes no quedan conformes con el resultado y han optado por no regresar y lo que hacen es buscar otro estudio que este más equipado y que les pueda dar los resultados esperados, y es por eso que Karma Studio Pro lo que busca es que todos sus clientes queden satisfechos y reciban el trabajo de acuerdo a sus deseos y necesidades para que puedan volver.

Existe un mayor porcentaje de incremento de clientes para Karma Studio Pro en comparación al año anterior porque los propios clientes se han encargado de ser quienes recomienden el trabajo debido a su grado de satisfacción por lo que ha generado vienen

más y se está enterando de q aquí ya hay un estudio bien puesto y cada vez los clientes aumentan.

5. ¿Usted planea realizar una grabación musical en los próximos meses?

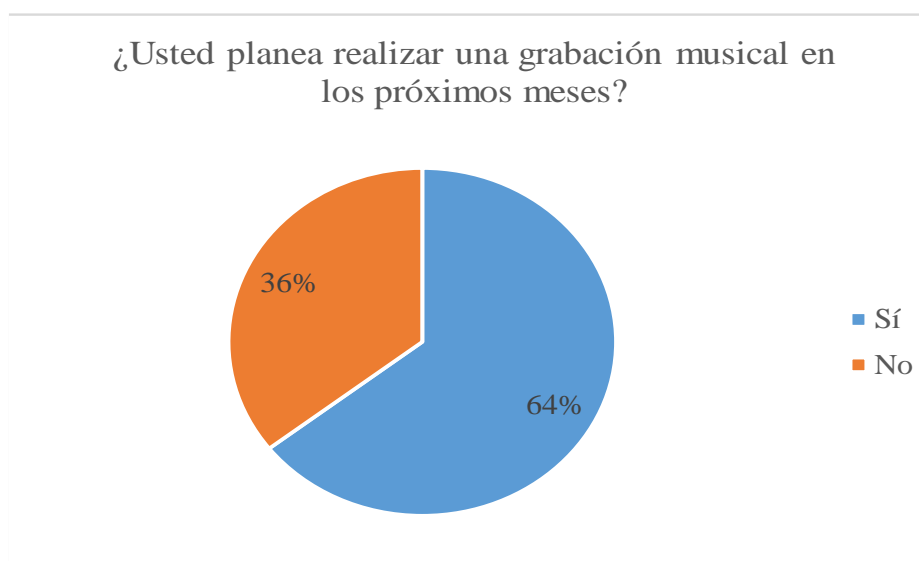
Tabla 8. Grabaciones en los próximos meses

PREGUNTA 5		
¿Usted planea realizar una grabación musical en los próximos meses?		
Respuesta	Cantidad	%
Sí	89	64
No	49	36
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 8. Grabaciones en los próximos meses



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Del total de los encuestados el 64% serán nuestros potenciales clientes porque son lo que planean realizar una grabación en los próximos meses.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios?

Grabación de sonido:

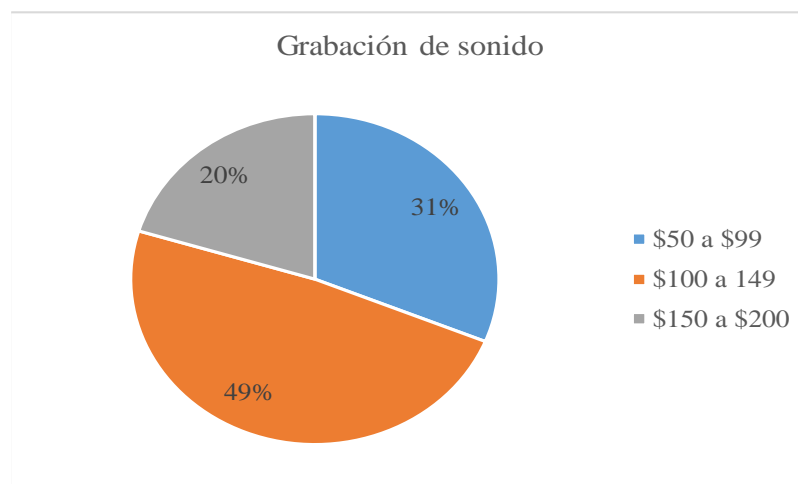
Tabla 9. Grabaciones de sonido

PREGUNTA 6		
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una grabación de sonido?		
Respuesta	Cantidad	%
\$50 a \$99	43	31
\$100 a 149	67	49
\$150 a \$200	28	20
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 9. Grabaciones de sonido



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

El 42% de los encuestados están predispuestos a pagar por una grabación en sonido entre \$100 a \$149, el 35% pagarían por una grabación de sonido entre \$50 a \$99 y solo el 23% pagarían entre \$150 a \$200. Del presupuesto de cada persona depende la calidad de trabajo que reciba, es por eso que entre más barato sea el precio a pagar menos trabajado será.

Algunas productoras lo que hacen es realizar trabajos con precios bajos para poder tener más clientes pero al entregar trabajos que no son del agrado del cliente lo que hacen es perderlos perjudicando la imagen de la empresa y perdiendo clientes que hubieran sido recomendados.

Grabación de video:

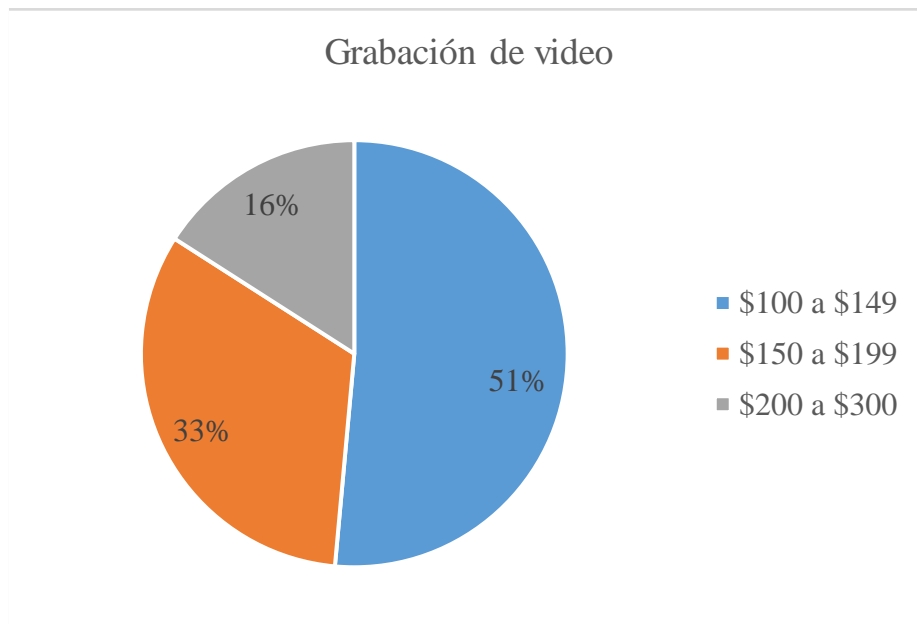
Tabla 10. Grabaciones de video

PREGUNTA 6		
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una grabación de video?		
Respuesta	Cantidad	%
\$100 a \$149	71	51
\$150 a \$199	45	33
\$200 a \$300	22	16
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 10. Grabaciones de video



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

El 41% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$150 a \$199, el 40% pagarían de \$100 a \$149 y solo el 19% pagarían de \$200 a \$300. Hay muchas productoras que realizan videos baratos, pero un costo bajo implica de la misma manera calidad baja ya que dichos estudios no cuentan con cámaras profesionales o la edición de dichos videos es errónea y los clientes no se sienten satisfechos por lo que buscan un nuevo estudio, es por esa razón que no hay fidelidad de los clientes, pero la gente busca lo mas barato, sabiendo que entre mayor sea el costo en una grabación más detalles tendrá y se verá reflejado en el video.

Dentro de la industria audiovisual entre un video sea más trabajado con mayor detalle tendrá una mejor acogida y la inversión realizada en el mismo no será en vano, sino que obtendrán resultados, como es en el caso de los artistas al promocionar un video de buena calidad ya sean en 4K las personas estaran más atraídas por el video y el reconocimiento será mayor, y así recuperará lo invertido con la obtencion de presentaciones.

7. ¿Qué busca al ir a un estudio de grabación?

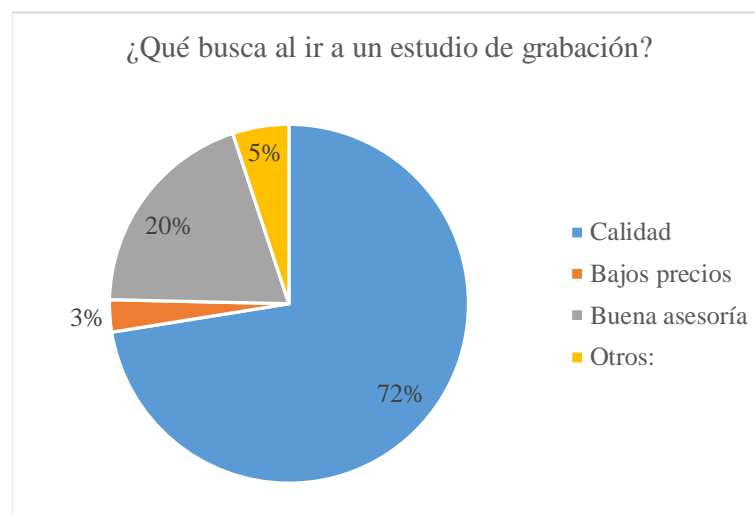
Tabla 11. Estudio de grabación

PREGUNTA 7		
¿Qué busca al ir a un estudio de grabación?		
Respuesta	Cantidad	%
Calidad	100	72
Bajos precios	4	3
Buena asesoría	27	20
Otros:	7	5
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 11. Estudio de grabación



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Del total de los encuestados el 67% de los músicos encuestados al ir a un estudio de grabación lo que buscan es calidad, el 22% busca buena asesoría, el 7% busca otras cualidades como que tengan instrumentos propios, difundir el arte de mejor manera, arreglos producción musical, buenos sonidos y recomendaciones profesionales, y solo el 4% busca bajos precios.

Las personas buscan calidad y se procura hacer lo mejor posible con el presupuesto de cada cliente, debido a que la calidad depende del presupuesto, pero no se puede dar lo máximo con un presupuesto limitado, debido a que si la gente busca calidad el precio será más alto; por esta razón Karma Studio Pro ha optado por ofrecer diferentes servicios con una variedad de precios y es que lo esencial sería entregar los trabajos con la calidad similar a la de un trabajo costoso.

Por ejemplo en una pista musical independientemente del precio ya sea alto o bajo tendrá la misma base, lo que la diferencia es que en la de mayor costo los instrumentos son reales, pero en las pistas más baratas se utilizan sintetizadores, y se ha optado por crear una amplia gama de servicios de todos los precios para no perder ningún cliente y al contrario poder ayudarlo y satisfacer sus deseos y necesidades indistintamente del presupuesto que tenga.

8. Sabe usted: ¿Cuántos estudios de grabación hay en el Cantón Mejía?

¿Cuáles son?

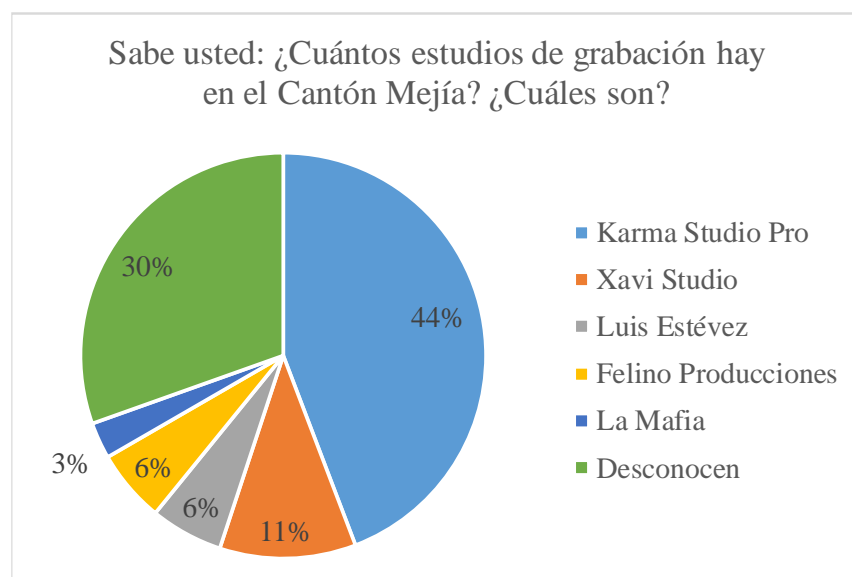
Tabla 12. Estudios de grabación en el Cantón Mejía

PREGUNTA 8		
Sabe usted: ¿Cuántos estudios de grabación hay en el Cantón Mejía? ¿Cuáles son?		
Respuesta	Cantidad	%
Karma Studio Pro	61	44
Xavi Studio	15	11
Luis Estévez	8	6
Felino Producciones	8	6
La Mafia	4	3
Desconocen	42	30
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 12. Estudios de grabación en el Cantón Mejía



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

El 30% de las personas no conocen cuales son los estudios de grabación en el Cantón Mejía, sin embargo el 44% conoce que Karma Studio Pro es un estudio profesional en el Cantón. Cada vez el estudio de grabación está ganando mercado en Machachi, y tomando en cuenta que es un estudio que tiene dos años en el mercado está ganando más importancia y reconocimiento en el mercado porque es el primero que se compromete con la calidad y seriedad que lo diferencian de los demás.

9. De los estudios antes mencionados: ¿Cuál recomendaría? ¿Por qué?

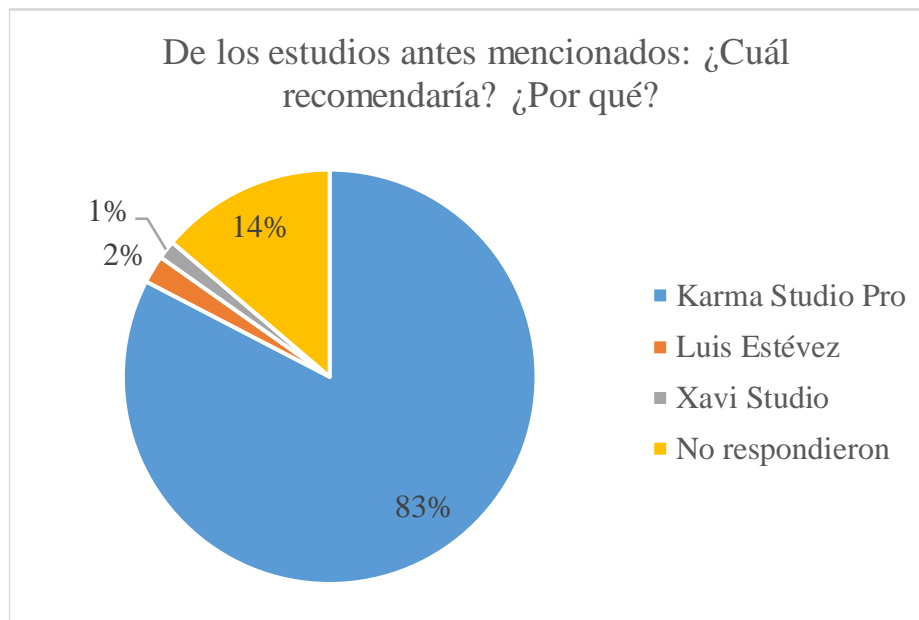
Tabla 13. Estudios recomendados

PREGUNTA 9		
De los estudios antes mencionados: ¿Cuál recomendaría? ¿Por qué?		
Respuesta	Cantidad	%
Karma Studio Pro	114	83
Luis Estévez	3	2
Xavi Studio	2	1
No respondieron	19	14
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 13. Estudios recomendados



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

El 83% de las personas encuestadas recomiendan a Karma Studio Pro por las siguientes razones: tienen buena calidad en cámaras y ofrecen buena edición, es profesional, por la excelente calidad y profesionalismo, por un buen servicio y excelente producto, buena atención, tienen equipos de última tecnología que va acorde a las exigencias de los artistas del Cantón, buen estudio que apoya a los músicos y grupos; estas razones son muy importantes ya que demuestran que Karma Studio Pro tiene un gran posicionamiento en el mercado, porque las personas van viendo los trabajos realizados y se interesan en grabar con la productora y aunque tengan el deseo de realizar sus grabaciones no lo hacen por su presupuesto, ya que al pensar que es un estudio profesional los precios serán elevados, lo que nos muestra que hay un desconocimiento de las personas sobre la variedad de precios respecto a los diferentes servicios que ofrece Karma Studio Pro.

10. ¿Le gustaría que existiera un estudio de grabación que ofrezca trabajos profesionales en audio y video sin tener que salir del Cantón?

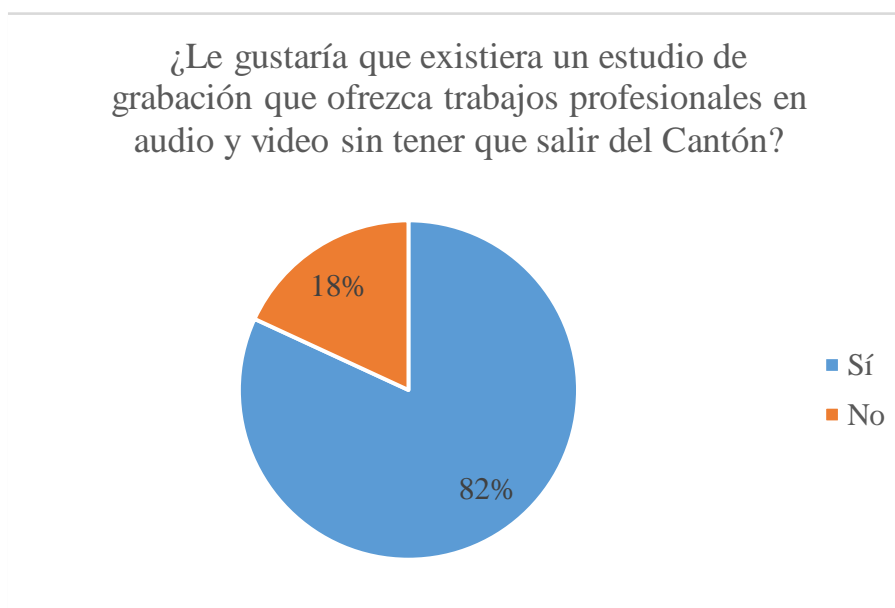
Tabla 14. Estudio de grabación profesional en el Cantón Mejía

PREGUNTA 10		
¿Le gustaría que existiera un estudio de grabación que ofrezca trabajos profesionales en audio y video sin tener que salir del Cantón?		
Respuesta	Cantidad	%
Sí	113	82
No	25	18
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 14. Estudio de grabación profesional en el Cantón Mejía



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

El 82% de los encuestados les gustaría que existiera un estudio de grabación que ofrezca trabajos profesionales en audio y video sin tener que salir del Cantón y solo el 18% no; esto nos demuestra que un estudio de grabación profesional tiene una gran acogida dentro del Cantón ya que la mayoría de los artistas buscan realizar sus grabaciones en estudios profesionales. Los artistas entrevistados supieron manifestar que prefieren un estudio de grabación en el Cantón para no estar viajando porque es cansado y molesto, tener que ir al Valle, Quito, Latacunga. En conclusión la gente prefiere algo cercano, por el hecho de que una grabación requiere varias visitas al estudio que implican un gasto adicional.

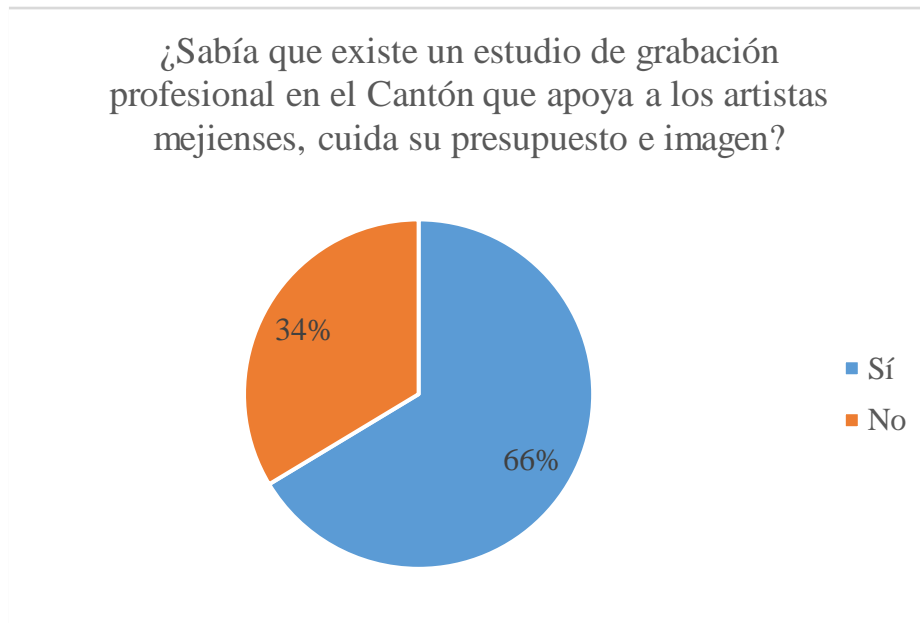
11. ¿Sabía que existe un estudio de grabación profesional en el Cantón que apoya a los artistas mejienses, cuida su presupuesto e imagen?

Tabla 15. Estudio de grabación profesional en el Cantón Mejía

PREGUNTA 11		
¿Sabía que existe un estudio de grabación profesional en el Cantón que apoya a los artistas mejienses, cuida su presupuesto e imagen?		
Respuesta	Cantidad	%
Sí	75	66
No	38	34
TOTAL	113	100

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 15. Estudio de grabación profesional en el Cantón Mejía



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Del 100% de las personas encuestadas el 66% conocen de la existencia de Karma Studio Pro un estudio de grabación profesional que apoya a los artistas mejiense, que cuida su presupuesto e imagen, y el 34% desconocen del mismo. Y es que la gente está conociendo de a poco el estudio de grabación, de la misma manera mientras más pasa el tiempo mas producciones se realizan, obteniendo un mayor alcance y obteniendo un mayor reconocimiento.

12. ¿Cree usted que el dinero es un impedimento al momento de hacer una grabación?

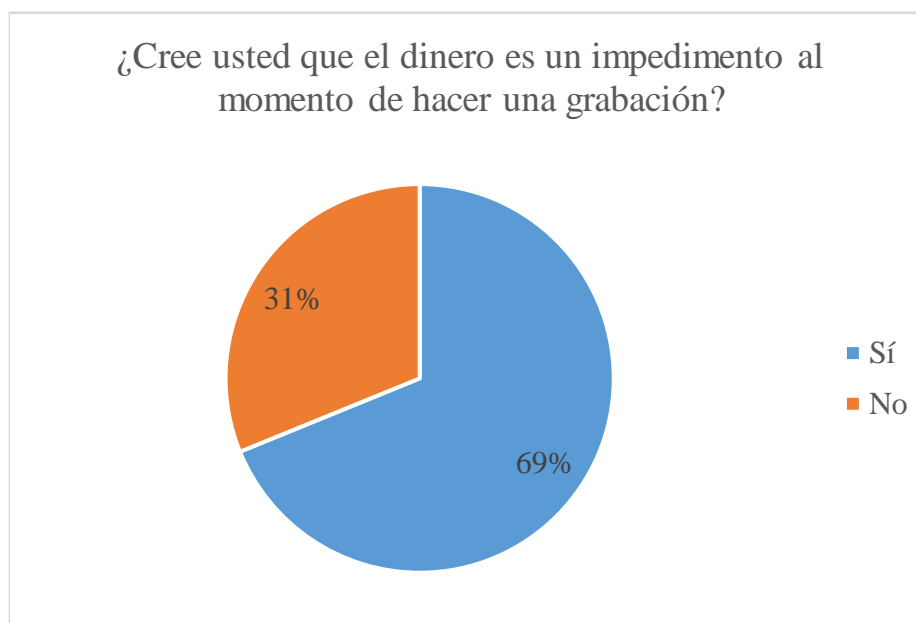
Tabla 16. Dinero como impedimento

PREGUNTA 12		
¿Cree usted que el dinero es un impedimento al momento de hacer una grabación?		
Respuesta	Cantidad	%
Sí	95	69
No	43	31
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 16. Dinero como impedimento



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

El 69% de los encuestados consideran que el dinero es un impedimento al momento de hacer una grabación y el 31% no lo cree. Lo que nos lleva a la conclusión de que el dinero es un impedimento muy importante para los artistas que desean realizar una producción musical, porque la mayoría desea tener al menos una grabación que le permita promocionar su carrera dentro del ámbito musical, sin embargo muchos artistas o grupos musicales no lo hacen porque no tienen presupuesto mas no por no tener capacidad o deseos de querer superarse. Ante esta problemática Karma Studio Pro ha creado una serie de servicios con una amplia gama de precios con el fin de poder dar posibilidades a las personas para que tengan accesibilidad a una productora que además otorga facilidades de pago para que puedan solventar sus grabaciones y el dinero ya no sea un impedimento de superación.

13. ¿Le gustaría a usted como artista tener una persona que pueda guiarle y asesorarle en su carrera musical, con lo cual no pueda cometer errores ni malgastar su dinero?

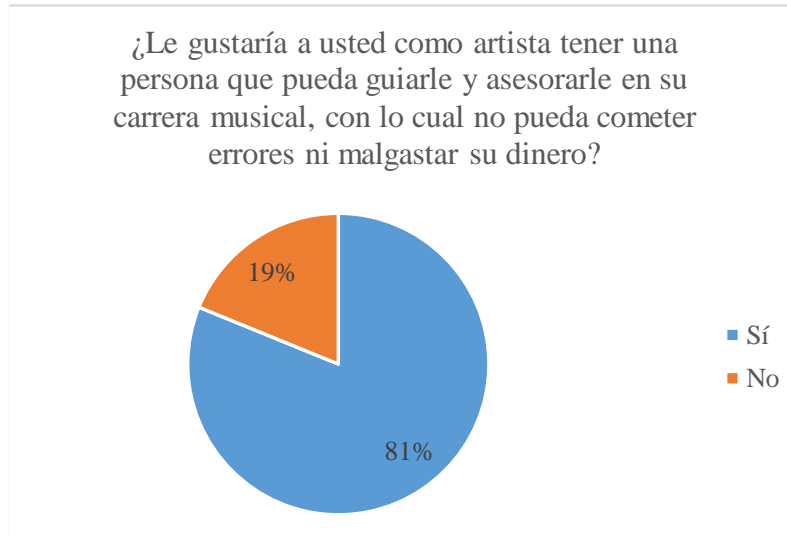
Tabla 17. Asesoría para una grabación

PREGUNTA 13		
¿Le gustaría a usted como artista tener una persona que pueda guiarle y asesorarle en su carrera musical, con lo cual no pueda cometer errores ni malgastar su dinero?		
Respuesta	Cantidad	%
Sí	112	81
No	26	19
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 17. Asesoría para una grabación



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

El 81% de los artistas encuestados manifiesta que le gustaría tener una persona que pueda guiarle y asesorarle en su carrera musical y es porque la mayoría de los artistas son inexpertos y están empezando su carrera musical, por lo que fácilmente pueden caer en manos de gente que busca aprovecharse del desconocimiento de artistas haciendo promesas que no llegan a cumplir. Karma Studio Pro es una productora que está enfocada en apoyar e impulsar a los artistas de música nacional que están empezando con la mejor asesoría, cumpliendo sus expectativas de calidad, confianza y buen servicio, lo cual es un atractivo importante para captar clientes.

14. ¿Conoce el sello Karma Studio Pro?

Si su respuesta fue negativa continúe con la pregunta 16

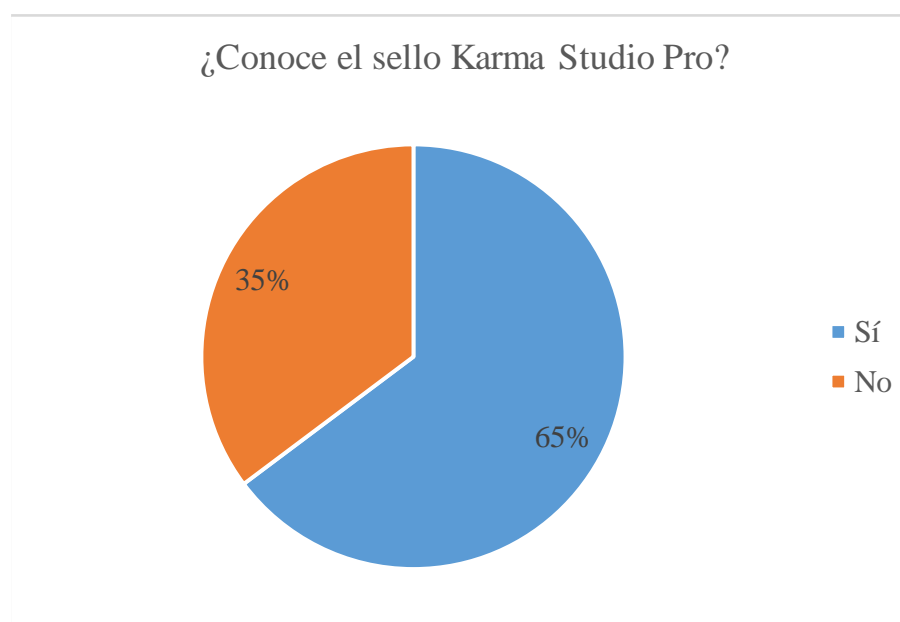
Tabla 18. Sello Karma Studio Pro

PREGUNTA 14		
¿Conoce el sello Karma Studio Pro?		
Respuesta	Cantidad	%
Sí	90	65
No	48	35
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 18. Sello Karma Studio Pro



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Una marca es el significado detrás del nombre de la empresa; de los 138 encuestados el 63% conocen el sello Karma Studio Pro y el 37% no. Crear conciencia de la marca con una impresión favorable ayuda a ganar valor motivando a los clientes a querer seguir utilizando los servicios de la productora, y al ver las creaciones de otros artistas y los trabajos realizados, una vez que la marca sea conocida en el Cantón, se puede hacer más publicidad para llegar a nuevos mercados, y es que el reconocimiento de la marca es una manera de saber qué tan bien se la conoce en el mercado.

15. ¿Por qué medio se enteró?

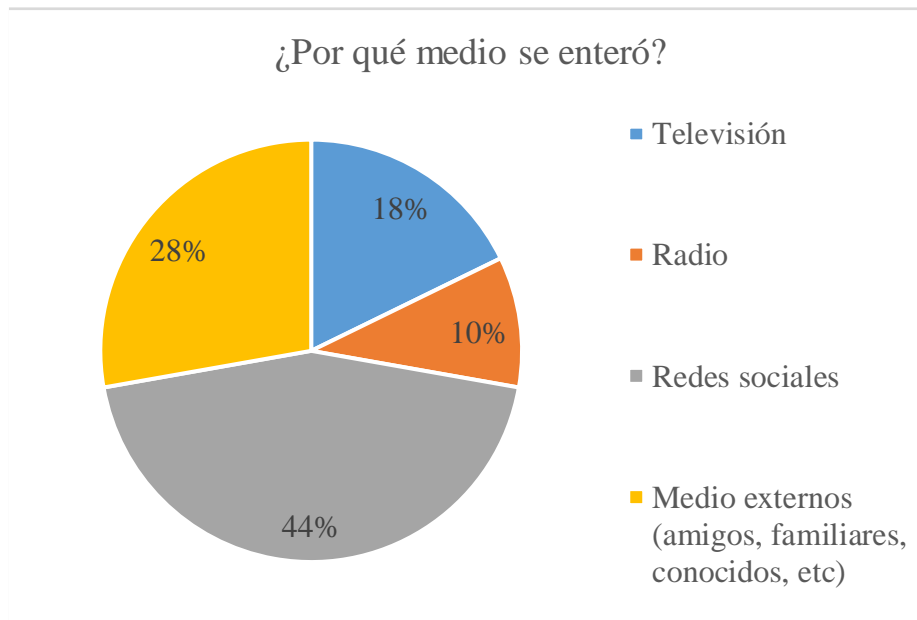
Tabla 19. Medios

PREGUNTA 15		
¿Por qué medio se enteró?		
Respuesta	Cantidad	%
Televisión	16	18
Radio	9	10
Redes sociales	40	44
Medio externos (amigos, familiares, conocidos, etc)	25	28
TOTAL	90	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 19. Medios



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

El 40% de los encuestados dijo que conoció la marca Karma Studio Pro por medio de las redes sociales, el 32% por medio externos (amigos, familiares, conocidos, etc), el 21% por medio de la televisión y solo el 7% por radio, y es que las redes sociales están presentes en nuestras rutinas diarias, por esa razón la productora tomó la decisión de tener presencia virtual por medio de su propio perfil en Facebook, que es una de las plataformas más influyentes de todo internet que se encuentra en todo el mundo y es utilizado por millones de personas; por esta razón es utilizada para hacer publicidad e interactuar con los seguidores compartiendo los diferentes trabajos realizados en la página de Facebook, para que todo el público puedan observar los artistas que están trabajando con la marca, y aunque no exista interés, las personas tienen el conocimiento de los artistas que están grabando con la productora, y es de ahí donde surgen las recomendaciones,

convirtiéndose en una gran estrategia porque el reconocimiento de la marca está en la mente de la gente.

Otra plataforma utilizada por la productora es YouTube, la cual ayuda a difundir las producciones audiovisuales y musicales por medio del canal de Karma Studio Pro que gracias a la conexión con las redes sociales que permiten de los videos se compartan y se visualizen a traves de páginas como por ejemplo Facebook generando un número mayor de vistas y con poca inversión. Karma Studio Pro se a dado a conocer por las tecnologías sociales que fomentan la interacción y hacen más facil el acceso y difusion de información y es que día a día va creciendo el número de seguidores a partir de su proyecto Música Viva que fue una estrategia acertada para ganar reconocimiento a nivel nacional.

16. ¿Sabía usted que Karma Studio Pro optimiza los recursos de tal manera de que el dinero ya no es un impedimento?

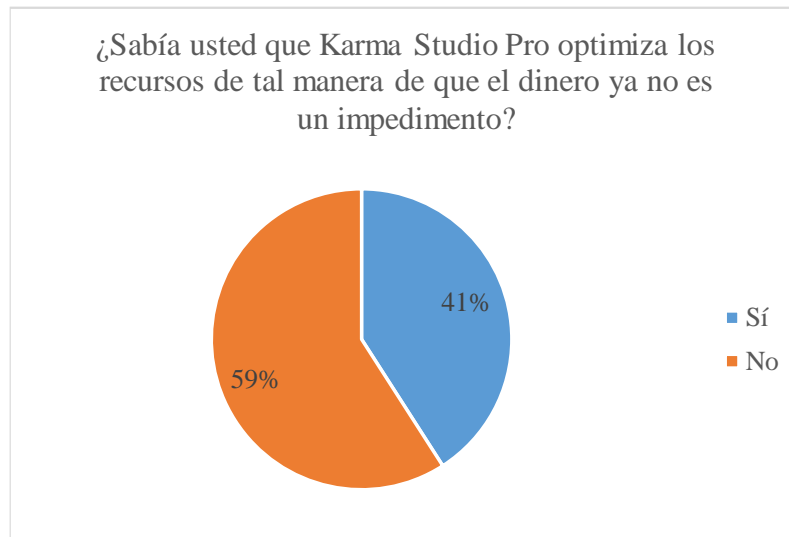
Tabla 20. Optimización de recursos

PREGUNTA 16		
¿Sabía usted que Karma Studio Pro optimiza los recursos de tal manera de que el dinero ya no es un impedimento?		
Respuesta	Cantidad	%
Sí	57	41
No	81	59
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 20. Optimización de recursos



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

El 59% manifiesta que no sabía que Karma Studio Pro optimiza los recursos para que el dinero deje de ser un impedimento y el 41% si lo sabía, y es que al ser uno de los estudios que recién se está posicionando la gente no tiene conocimiento de las facilidades y el apoyo que brinda la productora para que el dinero deje de ser un inconveniente porque en la mente de las personas está que si adquieren un servicio profesional tendrá un costo elevado, pero en realidad no es así, porque si acuden a un estudio de precios más accesibles los trabajos no tendrán la fidelidad de audio que ofrecen estudios más profesionales y lo que creían que era un ahorro se convertirá en una mala inversión que no les permitirá competir con producciones de alto nivel.

17. ¿Sabía usted que Karma Studio Pro ofrece facilidad de pago para que el dinero no sea un impedimento?

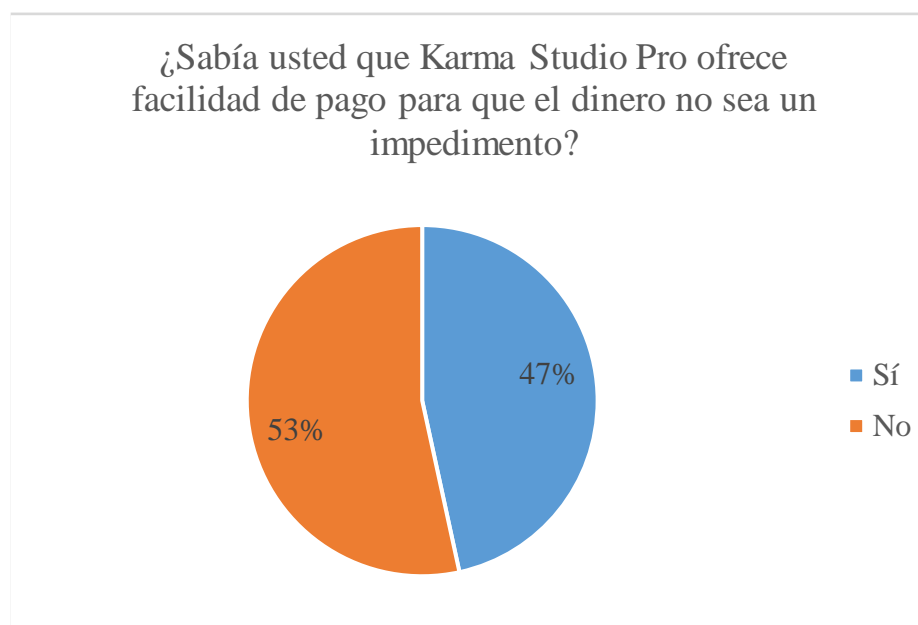
Tabla 21. Facilidades de pago

PREGUNTA 17		
¿Sabía usted que Karma Studio Pro ofrece facilidad de pago para que el dinero no sea un impedimento?		
Respuesta	Cantidad	%
Sí	64	46
No	74	54
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 21. Facilidades de pago



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

La mayoría de los encuestados no saben de las facilidades de pago que ofrece Karma Studio Pro, es decir el 53%, mientras que el 47% si sabe. La productora ha

implementado un sistema a través de la exposición de diferentes formas de pago como pagos al contado o a crédito sin intereses, porque cada persona tiene necesidades y deseos diferentes, y además cada uno tiene presupuestos diferentes, por esa razón se busca ayudar a las personas a impulsar su carrera musical y dejar de creer que por la falta de dinero no se puede progresar.

18. Entre los servicios que ofrece Karma Studio Pro; ¿Cuáles serían de su interés?

Tabla 22. Servicios de Karma Studio Pro

PREGUNTA 18		
Entre los servicios que ofrece Karma Studio Pro; ¿Cuáles serían de su interés?		
Respuesta	Cantidad	%
Grabación de audio en vivo	48	10
Grabación de videos	47	10
Creación de pistas	45	10
Arreglos musicales	45	10
Grabación de videos en vivo	40	9
Publicidad en redes sociales	31	7
Sesiones fotográficas	30	6
Reproducción de CD's, afiches, tarjetas	28	6
Diseños de portadas	27	6
Diseño y asesoría de imagen artística	26	6
Imagen	22	5
Fotografía aérea	20	4
Manejo de artistas	19	4
Programación de cajas de ritmos y pianos	15	3
Comerciales de televisión	14	3
Spots de radio	11	2
TOTAL	468	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 22. Servicios de Karma Studio Pro



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Podemos ver que dentro de los servicios que ofrece Karma Studio Pro los de mayor interés son las grabaciones de audio y video en vivo, la grabación de videos musicales, la creación de pistas, arreglos musicales, entre los más destacados.

Las grabaciones en vivo hoy en día están ganando protagonismo porque son producciones que permiten apreciar el desenvolvimiento de cada agrupación en comparación a las grabaciones en playback; es por esa razón que Karma Studio Pro tomó la iniciativa de desarrollar proyectos en vivo que han generado el interés del público ayudando al crecimiento de la marca, sin embargo muchas agrupaciones no han podido ser parte de dicho proyecto por el tema de presupuesto.

19. ¿Ha escuchado del proyecto “Música Viva” de Karma Studio Pro, dónde se graba el audio y video en vivo?

Si su respuesta fue negativa continúe con la pregunta 21

Tabla 23. Música Viva

PREGUNTA 19		
¿Ha escuchado del proyecto “Música Viva” de Karma Studio Pro, dónde se graba el audio y video en vivo?		
Respuesta	Cantidad	%
Sí	73	53
No	65	47
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 23. Música Viva



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Uno de los proyectos más destacados de Karma Studio Pro es Música Viva que consiste en la grabación de audio y video en vivo y de los encuestados el 53% conoce del proyecto y el 47% no. El proyecto Música Viva tuvo el segundo año de emisión con un gran éxito y acogida del público, pero en este año se incrementó el número de cámaras, personal y agrupaciones musicales participantes; además las locaciones utilizadas permitieron tener un mayor realce porque al realizarse en un lugar público y muy concurrido, provocó la atención del público. La diferencia del proyecto de Música Viva 2018 del año anterior fue que se mejoró la calidad en la mezcla y edición; también se logró realizar un programa en el canal Mejía Televisión, dónde cada miércoles se transmitía un especial de la agrupación participante con entrevistas y estrenando el video en vivo. Música Viva se convirtió en un proyecto que ayudo tanto a la productora como

a la agrupación a obtener más reconocimiento a nivel nacional e internacional según las estadísticas de YouTube, porque cada video se encuentra en el canal de la productora.

El proyecto de Karma Studio Pro se ha popularizando porque dentro de las agrupaciones se encontraron grupos musicales de gran trayectoria y prestigio lo que generó una mayor difusión de las grabaciones y un mayor alcance, dándose a conocer a nuevo público y estando a la moda, porque ninguna otra productora había tenido la iniciativa de emprender un proyecto así; y el hecho de que un estudio del Cantón realice grabaciones de audio y video en vivo han intensificado el interés por trabajar con la productora y tener la oportunidad de realizar una grabación completa en audio y video.

20. ¿Qué opina usted de los proyectos en vivo de Karma Studio Pro?

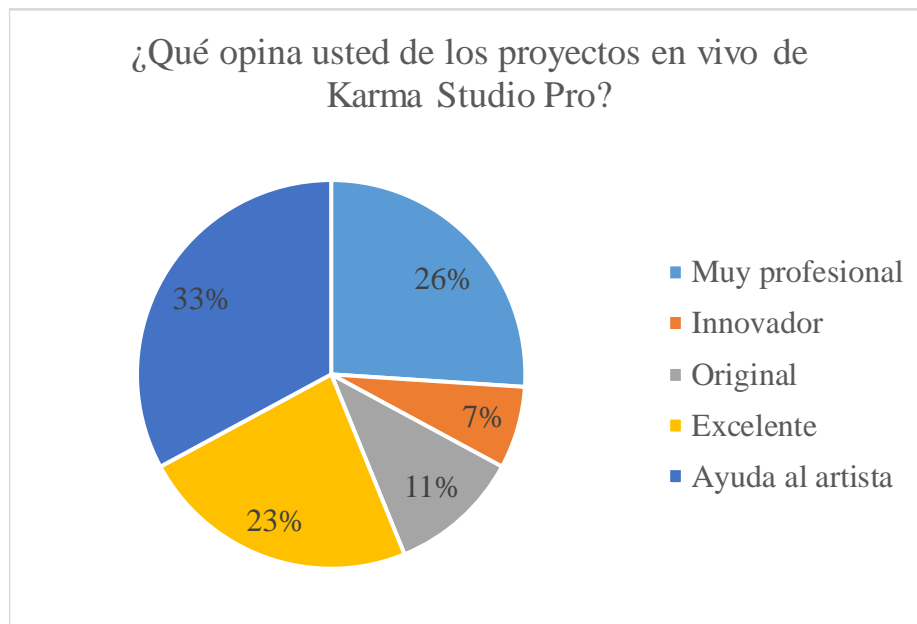
Tabla 24. Proyectos en vivo

PREGUNTA 20		
¿Qué opina usted de los proyectos en vivo de Karma Studio Pro?		
Respuesta	Cantidad	%
Muy profesional	19	26
Innovador	5	7
Original	8	11
Excelente	17	23
Ayuda al artista	24	33
TOTAL	73	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 24. Proyectos en vivo



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Respecto a los proyectos de Música Viva de Karma Studio Pro en su gran mayoría los encuestados respondieron que es un proyecto muy profesional que ayuda al artista del Cantón a que pueda darse a conocer, también supieron manifestar que es un proyecto que nunca ningún estudio había realizado y que es una oportunidad para innovar y motivar el arte musical. En base a estas opiniones podemos ver que el proyecto ha generado buenas impresiones porque es un estudio que ha sido pionero en ciertos proyectos dentro del Cantón, por esa razón la gente toma el proyecto como algo diferente e innovador que complementan a las grabaciones y muestra la realidad de las agrupaciones.

21. Recomendaría Karma Studio Pro

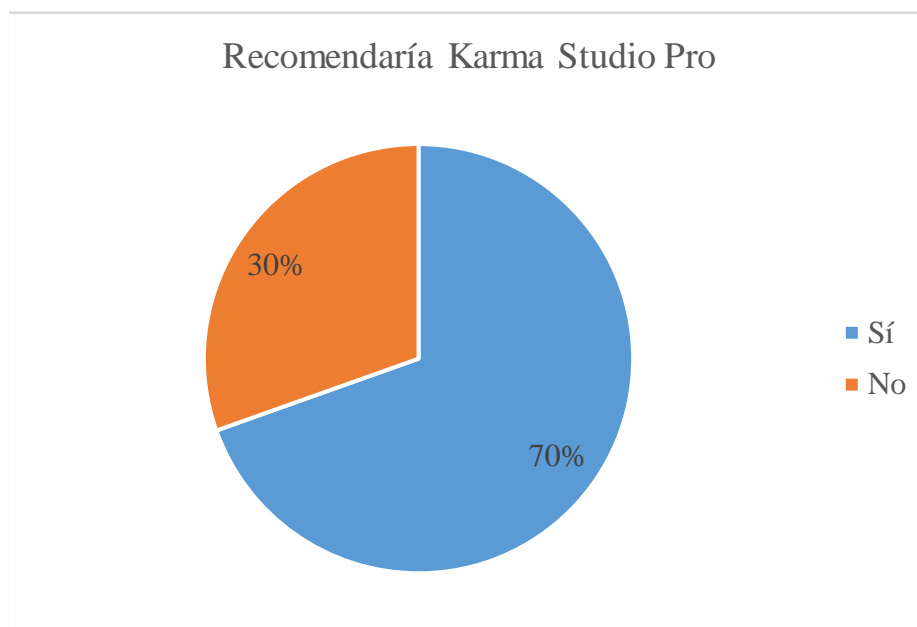
Tabla 25. Recomendación

PREGUNTA 21		
Recomendaría Karma Studio Pro		
Respuesta	Cantidad	%
Sí	96	70
No	42	30
TOTAL	138	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Figura 25. Recomendación



Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

De los 138 encuestados el 70% recomienda Karma Studio Pro debido a su profesionalismo, calidad, buena atención y conocimientos que posee, y el 30% manifiesta que no recomienda el estudio de grabación porque no sabía de la existencia del mismo y prefieren no dar alguna recomendación. Es favorable saber que en su mayoría la gente recomendaría la productora y es notable porque de la misma forma se han incrementado el número de artistas interesados por grabar; es por esa razón que el brindar servicios que satisfacen las necesidades y deseos de cada cliente es importante porque al entregar servicios de calidad los clientes quedan satisfechos y tienden a recomendar a sus conocidos bajo buenas referencias, porque de no ser así fácilmente pueden buscar otro estudio que les permita quedar conformes.

2.1.6.4. Cuadro resumen

Tabla 26: Resumen

N.-	Pregunta	Conclusión
	Género	Existe un mayor número de artistas hombres en relación a las mujeres.
	Edad	El rango de edad al que se enfocará la publicidad en su mayoría es de 16 a 35 años.
1	En relación con la actividad musical ustedes:	Existen más músicos intermedios, los cuales buscan llegar a ser profesionales y para lograrlo tienen que seguir impulsando su carrera musical, por medio de la asesoría de un experto y la realización de trabajos musicales ya sea en audio o video.
2	¿Cuál es su mayor ambición dentro de su carrera musical?	el objetivo de la mayoría de artistas entrevistados tienen como ambición musical es llegar a ser profesionales, reconocidos y realizar alguna grabación musical ya que para tener una trayectoria musical se deben realizar frecuentemente trabajos musicales.

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Tabla 27. (Continuación)

3	¿Cuenta con alguna grabación musical?	Todo músico tiene la ambición de tener un trabajo musical, pero el 47% no han podido realizarlo, debido a factores externos como falta de presupuesto.
4	¿En qué estudio de grabación la realizo?	Del 53% de encuestados que si cuentan con alguna grabación musical el 43% los realizó en Karma Studio Pro es el primer estudio de grabación profesional en el Cantón Mejía que está de lleno ya que los otros estudios son tomados como un hobby y no con la seriedad para poder dedicarse a lleno.
5	¿Usted planea realizar una grabación musical en los próximos meses?	Del total de los encuestados el 64% serán nuestros potenciales clientes porque son lo que planean realizar una grabación en los próximos meses.
6	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una grabación de sonido?	La calidad de los trabajos dependerá del presupuesto de cada cliente, es por esa razón que sería recomendable tener diferentes rangos de precios para los trabajos musicales.
	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una grabación de video?	Las personas generalmente tienden a buscar lo más barato, pero cuando el trabajo recibido no es de su agrado lo que hacen es buscar un nuevo estudio que les brinde calidad pero para lograr un buen trabajo lleno de detalles el costo será mayor.
7	¿Qué busca al ir a un estudio de grabación?	La calidad es lo que más buscan al momento de ir a un estudio de grabación, pero así como los clientes quieren que la calidad de sus producciones sea alta, el costo de la misma forma deberá ser alto, sin embargo no todos los clientes están en las posibilidades de pagar precios elevados, y es por esa razón que se ofrecen varios servicios dependiendo del presupuesto del cliente, y es porque se hace lo máximo que se puede dependiendo del presupuesto de cada cliente.
8	Sabe usted: ¿Cuántos estudios de grabación hay en el Cantón Mejía? ¿Cuáles son?	A pesar de tener poco tiempo en el mercado Karma Studio Pro es reconocido entre los encuestados por ser un estudio profesional, destacándose por la seriedad y calidad de sus trabajos.
9	De los estudios antes mencionados: ¿Cuál recomendaría? ¿Por qué?	Se puede ver que la productora tiene una notoria acogida en el mercado por su profesionalismo, calidad y buen servicio que lo hacen diferenciar de los demás estudios, haciendo que la gente se interese más en grabar con Karma Studio Pro debido a que cumple con las exigencias de los artistas.
10	¿Le gustaría que existiera un estudio de grabación que ofrezca trabajos profesionales en audio y video sin tener que salir del Cantón?	El 82% de los encuestados les gustaría que existiera un estudio de grabación profesional en el Cantón debido a que prefieren una productora profesional cercana porque implicaría un menor gasto ya que se deben realizar varias visitas al estudio.

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Tabla 28. (Continuación)

11	¿Sabía que existe un estudio de grabación profesional en el Cantón que apoya a los artistas mejenses, cuida su presupuesto e imagen?	El 66% conocen la existencia de un estudio profesional en el Cantón por las grabaciones que se han difundido, logrando un mayor reconocimiento.
12	¿Cree usted que el dinero es un impedimento al momento de hacer una grabación?	El deseo de todo artista es poder realizar alguna grabación musical pero no todos tienen la oportunidad de lograrlo debido a la falta de presupuesto, pero ahora Karma Studio Pro brinda una variedad de servicios de diferentes precios, pensados exclusivamente en los clientes para que el dinero ya no sea un impedimento.
13	¿Le gustaría a usted como artista tener una persona que pueda guiarle y asesorarle en su carrera musical, con lo cual no pueda cometer errores ni malgastar su dinero?	Las personas hoy en día no se pueden permitir malgastar el dinero, sino hacer inversiones que les permitan obtener buenos resultados, por esa razón es indispensable buscar asesoría profesional.
14	¿Conoce el sello Karma Studio Pro?	El 63% del total de encuestados conocen la marca Karma Studio Pro y es que gracias a las redes sociales cada trabajo realizado por la productora es publicado, mostrando que el estudio está en constante movimiento.
15	¿Por qué medio se enteró?	Las redes sociales tienen un papel protagónico en la actualidad debido a que permite compartir e intercambiar información al instante beneficiando a las empresas porque pueden darse a conocer, como es el caso de Karma Studio Pro que busca poder interactuar los trabajos realizados dentro de la productora, mediante el uso de sus principales redes sociales como son YouTube y Facebook.
16	¿Sabía usted que Karma Studio Pro optimiza los recursos de tal manera de que el dinero ya no es un impedimento?	Al ser un estudio de grabación que está empezando a ganar posición en el mercado, las personas desconocen que es una productora que optimiza los recursos y ofrece facilidades para que cualquier persona independientemente del presupuesto que tenga pueda grabar con profesionales y no realizar malas inversiones.
17	¿Sabía usted que Karma Studio Pro ofrece facilidad de pago para que el dinero no sea un impedimento?	La productora tomó la decisión de implementar facilidades de pago para que la falta de dinero deje de ser un obstáculo para poder realizar producciones musicales, pero se debe hacer más publicidad para dar a conocer dicho beneficio que servirá para impulsar las carreras musicales de muchos artistas.
18	Entre los servicios que ofrece Karma Studio Pro; ¿Cuáles serían de su interés?	Los servicios que son de mayor interés del público son las grabaciones en audio y video en vivo porque la gente puede ver y escuchar como son realmente las agrupaciones.
19	¿Ha escuchado del proyecto “Música Viva” de Karma Studio Pro, dónde se graba el audio y video en vivo?	Música Viva es un proyecto de Karma Studio Pro que dio la oportunidad a las agrupaciones de realizar una producción completa de audio y video en vivo, generando un mayor reconocimiento y difusión de la marca por medio de las redes sociales, la televisión y medios externos como son las recomendaciones de amigos, familiares que pudieron presenciar dichas grabaciones.

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Tabla 29. (Continuación)

20	¿Qué opina usted de los proyectos en vivo de Karma Studio Pro?	Las opiniones de los encuestados señalan que el proyecto Música Viva es profesional, innovador, excelente y que ayuda al artista; porque Karma Studio Pro es el primer estudio en el Cantón que emprende este tipo de proyectos que buscan salir de lo común y presentar una productora con ideas y aspiraciones nuevas para los artistas que buscan sobresalir.
21	Recomendaría Karma Studio Pro	Del 100% de los encuestados el 70% recomendaría Karma Studio Pro y estos resultados son notables porque cada vez el número de clientes van incrementando y al entregar servicios de calidad tienden a recomendar a sus conocidos; es por esa razón que es muy importante que un cliente quede satisfecho con el trabajo realizado.

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

3. ESTRATEGIAS DE MARKETING

3.1. Planteamiento de objetivos de marketing

- Expandir el mercado de Karma Studio Pro a la ciudad de Ambato, Latacunga y Cuenca, determinando las oportunidades de crecimiento futuro, promoviendo un servicio innovador y de excelente calidad.
- Fortalecer la imagen de la empresa entre los clientes actuales y los potenciales.
- Diseñar estrategias para incrementar el nivel de ingresos de la productora, además de mostrar los servicios y beneficios que ofrece la productora actualmente.
- Posicionar el estudio de grabación con una empresa líder, reconocida en el Cantón Mejía, con la mayor participación en el mercado.

3.2. Estrategia empresarial

Conjunto de acciones encaminadas a la consecución de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia, mediante la adecuación entre los recursos, las capacidades de la empresa y el entorno en el cual opera, y a fin de satisfacer los objetivos de los múltiples grupos participantes en ella. (Munuera & Rodríguez, 2015)

En base a los resultados del estudio de mercado del capítulo anterior se ha considerado la importancia de entender a los consumidores y al entorno del mercado. Con estos antecedentes, se procede a realizar las estrategias y tácticas de marketing adecuadas para Karma Studio Pro.

La empresa primero debe saber a quién va a servir, para lo cual se debe efectuar una división del mercado en una segmentación de clientes para poder determinar el segmento al cual se va a dirigir lo que vendría a ser nuestro mercado meta.

Dentro de una empresa lo más importante es atraer, retener y encontrar a los clientes meta mediante la creación, entrega y comunicación de un valor superior para el cliente respecto al de la competencia, es decir el mercado meta hacia al que se dirige la empresa, ya sea referente a variables geográficas o socioeconómicas, debido a que

generalmente los artistas están interesados en realizar sus producciones musicales en estudios que están en su territorio debido a que las grabaciones no solamente requieren que el artista visite el estudio una sola vez, sino que requiere de varias sesiones.

3.3. Segmentación del mercado

El segmento del mercado es dividir un mercado en grupos de compradores que tienen diferentes necesidades, características, y comportamientos, y quienes podrían requerir productos o programas de marketing separados; en otras palabras responde a la pregunta: ¿A cuáles clientes atenderemos?. (Kotler & Armstrong, 2013)

Los compradores difieren en sus deseos, recursos, ubicaciones, actitudes y prácticas de compra, es por esa razón que a través de la segmentación del mercado, las empresas dividen los mercados grandes y heterogéneos en segmentos a los que pueden llegar de manera más eficiente y eficaz con productos y servicios que coinciden con sus necesidades únicas. (Kotler & Armstrong, 2013)

Karma Studio Pro por ejemplo tiene su mercado dirigido a dos segmentos que son: artistas profesionales con trayectoria, y artistas solistas que están empezando, debido a que cada uno tiene diferentes necesidades y deseos, y es por esa razón que acuden a la empresa con el fin de buscar un respaldo profesional.

3.3.1. Segmentación geográfica

Requiere dividir al mercado en diferentes unidades geográficas, como naciones, regiones, estados, municipios, ciudades o incluso vecindarios. Una empresa puede decidir operar en una o varias zonas geográficas, u operar en todas las áreas pero prestar atención a las diferencias geográficas de necesidades y deseos. (Kotler & Armstrong, 2013)

Muchas empresas hoy en día están localizando sus productos, publicidad, promoción y esfuerzos de ventas para ajustarse a las necesidades de regiones, ciudades y vecindarios. Por ejemplo, Karma Studio Pro es una productora que busca llegar a obtener reconocimiento por sus trabajos de calidad dentro del Cantón Mejía principalmente en la ciudad de Machachi.

De igual manera busca ampliar su nicho de mercado a otras ciudades como Latacunga, Ambato y Cuenca, por ser mercados de grandes agrupaciones musicales que requieren producciones musicales, pero siempre considerando que en cada ciudad las necesidades son diferentes por lo que hay que desarrollar formatos especiales adaptados a determinados tipos de ubicaciones geográficas para lograr la satisfacción del cliente.

3.3.2. Segmentación demográfica

Divide al mercado en segmentos con base en variables como la edad, etapa del ciclo de vida, género, ingresos, ocupación, educación, religión, origen étnico y generación. Los factores demográficos son las bases más populares para la segmentación de grupos de clientes. Una razón es que las necesidades del consumidor, sus deseos y tasas de utilización a menudo varían estrechamente con las variables demográficas. (Kotler & Armstrong, 2013)

En base a los resultados del estudio de mercado se llegó a la conclusión que existen más artistas hombres que mujeres, y esto es debido a que los hombres toman más en serio su carrera musical que las mujeres y es que las mujeres sólo lo hacen de manera opcional, por gusto o necesidad. Además Karma Studio Pro tomó la decisión de realizar promociones en redes sociales solamente a hombres de 20 a 45 años en las ciudades de Quito y Latacunga, dependiendo del alcance que desee tener, porque esta es la edad que más interés muestran por la parte musical.

3.4. Diversificación de productos

La diversificación de productos y de mercados es una estrategia en la que se debe de tomar una decisión importante, ya que encamina a crear nuevos modelos de negocios

para que las empresas ingresen a nuevos mercados. Existen posibilidades de que se presenten riesgos y la organización los tenga que asumir. (Martínez, 2017)

Hoy en día lo que más cautiva a las personas es la música en vivo, es por esa razón el proyecto Música Viva le ha dado la oportunidad a la productora de sobresalir porque ha tomado la iniciativa de realizar grabaciones de audio y video en vivo contando con un gran éxito en la ciudad de Machachi, cuyos videos que se encuentran en YouTube han hecho crecer notablemente el canal respecto al número de seguidores e ingresos percibidos desde su emisión.

Música Viva es un proyecto de Karma Studio Pro en la ciudad de Machachi con dos temporadas, que dio la oportunidad a diversas agrupaciones musicales de realizar una producción completa de audio y video en vivo, porque lo que más atrae a las personas en poder apreciar lo que interpretan realmente las agrupaciones, lo que beneficia a la productora; porque Karma Studio Pro es el primer estudio en el Cantón que emprende este tipo de proyectos que buscan salir de lo común y presentar una productora con ideas y aspiraciones nuevas para los artistas que buscan sobresalir, lo que va generando un mayor reconocimiento y difusión de la marca por medio de las redes sociales, la televisión y medios externos como son las recomendaciones de amigos, familiares que pudieron presenciar dichas grabaciones como lo demostró el estudio de mercado.

El éxito del proyecto Música Viva fue notorio porque en la segunda temporada participaron agrupaciones con mayor trayectoria lo que logro que las producciones tengan un mayor alcance incrementando la actividad en el canal de YouTube de la productora, haciendo que más agrupaciones busquen ser parte de dicho proyecto.

Ahora lo que se sugiere a la productora es continuar con el proyecto Música Viva, pero en las ciudades de Latacunga, Ambato y Cuenca, que son los mercados que mayor actividad musical han registrado, ya sea por su número de presentaciones musicales o sus producciones realizadas, son mercados que le permitirán a la productora ganar un mayor reconocimiento y no existe tanta competencia como en Quito.

Para dichos proyectos se planea crear alianzas estratégicas con agrupaciones de mayor reconocimiento en cada ciudad para que puedan impulsar el proyecto de la productora porque estas agrupaciones serán las encargadas de la locación, amplificación, hospedaje, alimentación y transporte de la productora en la ciudad destino y tendrán un descuento en su grabación. Además se encargarán de buscar otra agrupación que sea parte del proyecto y así poder compensar los gastos de las grabaciones.

3.5. Estrategia de posicionamiento de una marca

En base a la experiencia del gerente los clientes prefieren generalmente realizar sus grabaciones en su sector, aunque dentro de la industria musical no existe fidelización por parte de los artistas, porque lo que hacen es acudir a cualquier estudio bajo recomendación, sin embargo si el resultado es bueno se quedan caso contrario buscan otros estudios.

Las estrategias de posicionamiento para Karma Studio Pro no es solamente ofrecer un servicio sino que se busca crea un vínculo de confianza que no los hace sentir como unos clientes más, sino que crea un lazo amistoso que lo diferencian de la competencia brindando un valor agregado con el fin de obtener ventajas competitivas no solamente en la calidad de sus servicios, sino que también en la relación con el cliente, donde los consumidores cuentan su experiencia con el servicio y lo recomiendan, es por esa razón que un cliente satisfecho con el servicio es importante para la supervivencia de la productora.

3.6. Marketing Mix Las 4 P's del Marketing

El Marketing Mix es un proceso que consiste en lanzar el producto adecuado, en el momento y lugar adecuados y al precio más ajustado. Para llegar a eso, se apoya en

realizar el análisis de la estrategia de una compañía a nivel interno para conocer su estado actual y ver cómo mover ficha para crecer en el corto, medio y largo plazo. (Neo Attack, s.f.)

Las 4p's del marketing, también llamadas Marketing Mix, representan los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de marketing como son: Producto, Precio, Plaza y Promoción. Son herramientas que las empresas combinan para elaborar estrategias que les permitan alcanzar sus objetivos.

De esta manera la empresa podrá ofrecer productos que satisfacen las necesidades de los consumidores, a precios adecuados, mediante la promoción informativa de las características y cualidades del producto, para finalmente ser distribuido correctamente.

3.6.1. Producto (o servicio)

Con respecto a las estrategias del servicio, la empresa cuenta con estrategias basadas en la innovación y el mejoramiento de la calidad de los servicios, ya sea por la adquisición de nuevos equipos o por el lanzamiento de nuevos proyectos.

En base a los resultados del estudio de mercado se pudo conocer que los proyectos tanto de grabaciones de audio y video en vivo se han convertido en un referente para que Karma Studio Pro sea conocido en otras ciudades, es por esa razón que se deben continuar con los proyectos en vivo pero ahora en ciudades como Latacunga, Ambato y Cuenca, pero para que el éxito sea mayor lo recomendable sería contar con la participación de agrupaciones musicales de gran trayectoria musical reconocidas en dichas ciudades.

La empresa se caracteriza por formar artistas de elite, para que sean una carta de presentación de la empresa, con el fin de mostrar la calidad del servicio y así poder aumentar el nicho del mercado al cual está dirigido.

Otra estrategia muy importante para la productora es brindar una atención al cliente personalizada para lo cual genera un cronograma de citas que le permite tomar el tiempo necesario a cada cliente para que todos queden satisfechos.

Para Karma Studio Pro es fundamental que incremente su oferta de servicios con un valor agregado que lo diferencien de otras productoras, es por eso que ofrece convenios con instituciones que requieran realizar sus producciones musicales y audiovisuales, por ese motivo se crearon una diversidad de servicios según la necesidad de cada cliente con el fin de captar un mayor número de clientes.

Dentro de los convenios se ofrecerán para cada socio activo un descuento en la realización de un Videoclip Musical como se detalla a continuación:

- Con 1 o 2 locaciones en la ciudad de Machachi y sus alrededores.
- Video grabado en calidad 4K incluido dron con cámaras profesionales.
- Con una duración máxima de 4:30 minutos.
- Se realizará mínimo 2 reuniones previas con el artista para aclarar detalles.
- Se entregará una vista previa del video donde se podrá hacer cualquier cambio.
- Está incluido 2 días de publicidad pagada en Facebook con un alcance estimado de 900 a 3600 personas.
- El día de la grabación se realizaran fotografías profesionales que el artista puede usar para realización de tarjetas, posters, publicidad.
- El video podrá tener una historia de acorde a la letra de la canción.
- El costo está dirigido a solistas, dúos o máximo trio de artistas.
- El video se subirá al canal de YouTube propio del artista con correcto etiquetado.
- El video terminado se entregará máximo en 1 semana después de haberse grabado.

Además con la firma del convenio se obtendrán un descuento en grabación de una canción de las siguientes características:

- Grabación de voces (El artista provee la pista)
- Grabación de un tema simple (Sintetizadores, Timbales en vivo)
- Grabación de un tema completo (Arreglos musicales, 2 Saxofones En vivo, 2 Trompetas En Vivo, Timbales en vivo)
- Grabación de un tema premium (Arreglos musicales, 2 Saxofones En Vivo, 2 Trompetas En Vivo, 2 Trombones En Vivo, Timbales en vivo)
- Con una duración máxima de 4:30 minutos.
- El tema a grabar puede ser un cover o un tema inédito.
- El precio está dirigido a solistas y dúos de artistas.

La implementación de convenios busca incentivar al artista a poder realizar grabaciones con la asesoría de profesionales, con una amplia variedad de servicios que son de acuerdo a las posibilidades económicas y necesidades de cada cliente; es por esa razón que la productora debe capacitar a su personal al menos una vez al año en temas de producción, edición, manejo de cámaras, etc.

3.6.2. Precio

Respecto a las estrategias de precios, la empresa busca generar convenios con asociaciones de artistas, con el fin de crear descuentos especiales por grabaciones en cantidad, lo que genera una mayor cobertura en el mercado y un mayor reconocimiento,

generando mayores beneficios porque al aumentar el volumen de clientes los ingresos de la empresa también tendrán el mismo efecto.

En el estudio de mercado la mayoría de los encuestados manifestaron que el dinero es un limitante al momento de realizar una grabación, motivo por el cual se Karma Studio Pro deberá realizar un 10% de descuento a los miembros de las asociaciones cuyo convenio sea aprobado en las grabaciones de audio y video.

Además se decidió crear servicios que estén al alcance de todos los clientes con el fin de no perderlos, porque lo que se busca es ayudar a todos los artistas que estén dispuestos a superarse; es por eso que los costos por la realización de los presentes trabajos son los siguientes:

Tabla 30. Precios de producción musical

Concepto	Costo (\$)	Descuento	Total (\$)
Grabacion de voces	33	10%	30
Tema simple	130	10%	118
Tema completo	178	10%	160
Tema premium	200	10%	180
Video con 2 locaciones	200	10%	180

Fuente. Investigación realizada

Elaborado por. Evelyn Tapia

La empresa ha optado por dar facilidades de pago dependiendo del alcance de los clientes, ya que tras un análisis se determinó que no todos los clientes tenían la misma

disponibilidad económica, por lo cual los pagos se realizarán de la siguiente manera: a la firma del contrato se debe acreditar el 50%, y una vez entregada la producción habrá 1 mes para cancelar el 25% y el 2 mes para cancelar el otro 25%.

Karma Studio Pro es una productora profesional que no solo se especializa en grabaciones musicales y audiovisuales sino que también se ofrece los siguientes servicios adicionales con calidad y puntualidad:

Tabla 31. Precios otros servicios

Concepto	Unidades	Costo (\$)
Reproducción de CD's	100 cds	50
Sesión fotográfica	3 fotos	30
Diseño de portada para cds	1 portada	10
Pack de diseños para facebook	3 diseños	20
Creación de logo	1 diseño	15
Publicidad pagada en facebook	1 mes	50
Tarjetas de presentación	1000 tarjetas	35

Fuente. Investigación realizada

Elaborado por. Evelyn Tapia

3.6.3. Plaza

Karma Studio Pro es una productora musical y audiovisual de la ciudad de Machachi que se creó con el fin de poder ayudar a los artistas de la localidad a impulsar

su carrera musical y crear una sociedad de cultura. La aceptación de la marca ha sido notable lo que la ha convertido en la principal productora en la ciudad.

Ahora la empresa busca expandir su nicho de mercado a las ciudades vecinas con mayor afluencia musical como Latacunga, Ambato y Cuenca, mediante proyectos en vivo para grupos como para solistas que le den la oportunidad de difundir su música bajo el sello y la dirección de Karma Studio Pro, por esa razón para entrar en este mercado lo aconsejable es realizar proyectos en vivo con artistas de gran reconocimiento de cada ciudad.

3.6.4. Promoción

Las estrategias para la empresa son promoción en redes sociales como: Facebook, YouTube, Whatsapp; plataformas en las cuales se comparten y publican todos los trabajos realizados, con la finalidad de demostrar que el estudio constantemente está inmerso en diversos proyectos, debido a que la empresa considera que es muy importante mantener actualizadas las redes sociales, porque es una manera de estar interactuando con los usuarios logrando publicitar su marca volviéndola más reconocida en el mercado.

Otro medio de publicidad de la empresa es en radio y televisión ya que se aprovecha las invitación de estos medios para así promocionar los temas musicales y

videos que son estrenados en medios de comunicación con trayectoria, ya que se puede apreciar la claridad del sonido y el atractivo visual de las imágenes que son en 4K lo que ayuda a crear una impresión positiva de la calidad de trabajo de la marca.

Otra estrategia para Karma Studio Pro es utilizar uniformes con el logo de la empresa para poder mostrar la marca de la productora, además de ofrecer un aspecto más profesional y ser una publicidad gratuita.

3.7. Estrategia de fidelización

La fidelización de los clientes es un aspecto de suma importancia en una empresa y para obtenerla se deben realizar un conjunto de estrategias que buscan lograr que un cliente que utiliza los servicios ocasionalmente se convierta en un cliente habitual, porque si un cliente actual se siente satisfecho con el servicio recibido, se convertirá en nuestro mejor referente ya que el consumidor fidelizado de seguro nos recomendará, y además seguirá utilizando nuestros servicios.

4. ANÁLISIS FINANCIERO

Después de realizar el correspondiente estudio de mercado y desarrollo de estrategias que permitirán a la empresa obtener los objetivos propuestos, se presenta los análisis financieros, para determinar la rentabilidad del proyecto.

Para realizar dicho análisis se revisaran, la inversión requerida, la forma de financiamiento de la misma, estados financieros de la empresa, ingresos y gastos en los que se va a incurrir en el proyecto durante su realización.

La elaboración del presupuesto para una empresa constituye una eficaz herramienta para su desarrollo anual. Supone el establecimiento de prioridades y la evaluación de sus objetivos. En un estudio de factibilidad, se debe tener en cuenta el presupuesto en la inversión, de operaciones y la estructura de financiamiento. A continuación, se irán analizando cada uno de estos elementos.

4.1. Presupuesto de inversión

Para elaborar el presupuesto de inversión primero se analizará el equipamiento necesario para que Karma Studio Pro pueda funcionar adecuadamente. La siguiente tabla muestra los equipos necesarios para la producción musical:

Tabla 32. Equipos de sonido

EQUIPOS PARA LA PRODUCCIÓN MUSICAL			
Equios	Cantidad	Precio unitario	Total
Sub bajo	1	500	500
Parlantes	2	275	550
Interface	1	3600	3600
Microfonos	7	-	2800
Computadora	1	1000	1000
Piano	1	1500	1500
Medusa	1	400	400
Acustica	1	600	600
Interface 2	1	1200	1200
Cables	3	100	300
Equipo de piano	1	300	300
Equipo de bajo	1	1000	1000
Dsp	1	1000	1000
In ears	1	1000	1000
Audifonos	1	200	200
Congas	1	800	800
Bongos	1	200	200
Campanas	1	40	40
Caja directa	1	220	220
Tarjetas	7	-	200
Pedestales	3	30	90
Atril	1	20	20
Guiro	1	100	100
UPS	1	100	200
TOTAL			17620

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

La siguiente tabla muestra los equipos necesarios para la producción audiovisual:

Tabla 33. Equipos de video

EQUIPOS PARA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL			
Equios	Cantidad	Precio unitario	Total
Cámara	1	3200	3200
Luces profesionales	1	500	500
Luces alternas	1	32	32
Cámaras GoPro	2	500	1000
Dron	1	1700	1700
Osmo	1	800	800
Computadora	1	1800	1800
Parlante	1	150	150
Extensiones	2	100	200
Marco de fotografía	1	200	200
Tela de fotografía	1	100	100
TOTAL			9682

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

La siguiente tabla muestra la infraestructura necesaria para el funcionamiento de Karma Studio Pro:

Tabla 34. Infraestructura

INFRAESTRUCTURA		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Alquiler	120	1440
TOTAL	120	1440

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

La siguiente tabla muestra la inversión total de Karma Studio Pro para su adecuado funcionamiento en la producción musical y audiovisual:

Tabla 35. Inversión

TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS	
Inversión	Total
Equipos para la producción musical	17620
Equipos para la producción audiovisual	9682
Infraestructura	1440
TOTAL	28742

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

4.2. Impacto Financiero

Una vez establecidas las estrategias en el Plan de Marketing necesarias para lograr el cumplimiento de los objetivos estimados para Karma Studio Pro, se busca conocer el

impacto financiero que tendrá dichas estrategias en la empresa, por esa razón hay que evaluar el comportamiento de las estrategias y su relación con la rentabilidad y los gastos que representan.

4.3. Estado de Resultados Actual

A continuación se presenta el Estado de Resultado correspondiente al año 2018 de Karma Studio Pro, como se detalla a continuación:

Tabla 36. Estado de Resultados Actual

KARMA STUDIO PRO		
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES		
PERIODO: ENERO A DICIEMBRE 2018		
CUENTAS	AÑO 2018	PARTICIPACIÓN
Ventas	27685,35	100%
(-) Costos de ventas	800	2,89%
(=) Utilidad bruta en ventas	26885,35	97,11%
(-) Gastos operacionales	1600	5,78%
(=) Utilidad operacional	25285,35	91,33%
(+) Otros ingresos	600	2,17%
(-) Otros gastos	100	0,36%
(=) Utilidad neta	25785,35	93,14%

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

4.3.1. Índice de Rentabilidad

Tabla 37. Índices de rentabilidad

ÍNDICES DE RENTABILIDAD		
CUENTAS	AÑO 2018	PARTICIPACIÓN
Margen de utilidad bruta	26885,35	97%
Margen de utilidad operacional	25285,35	91,33%
Margen de utilidad neta	25785,35	93,14%

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

4.4. Situación Actual vs Situación Propuesta

Para poder realizar una comparación entre la situación actual vs la situación propuesta de Karma Studio Pro, una vez ejecutado el plan de marketing, se ha tomado en cuenta la siguiente información:

4.4.1. Propuesta de marketing

Karma Studio Pro es una empresa que constantemente está realizando inversión y renovación de equipos, por lo que no cuenta con un presupuesto elevado. Sin embargo la mayor parte del plan de marketing propuesto en el capítulo anterior no necesita incurrir

en gastos extras altos, pero es necesario determinar cuáles son estos costos para determinar si el beneficio futuro es mayor con la propuesta realizada.

Para ejecutar el plan de marketing Karma Studio Pro ha asignado para el primer año un valor de \$5000 para promocionar principalmente su proyecto de Música Viva, que son grabaciones en vivo; sin embargo para los años siguientes la inversión se reducirá a \$4000.

El valor del primer año es superior al de los siguientes años porque se requiere una inversión inicial en equipos, necesarios para el mejoramiento de las grabaciones, capacitaciones al personal y remodelación de las instalaciones de la empresa.

Tabla 38. Costos de la propuesta de Marketing

	2019	2020	2021	2022	2023	
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Música Viva grupos	1230	1230	1230	1230	1230	6150
Música Viva solistas	800	800	800	800	800	4000
Programa Tv Karma	100	100	100	100	100	500
Publicidad	670	670	670	670	670	3350
Talleres y charlas	500	500	500	500	500	2500
Página web	200	200	200	200	200	1000
Capacitación operadores de cámara	500	500	500	500	500	2500
Remodelación de la infraestructura	1000	0	0	0	0	1000
TOTAL	5000	4000	4000	4000	4000	21000

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

4.4.1.1. Presupuesto de Costos del proyecto Música Viva

Con el análisis de las estrategias que conforma el Plan de Marketing las mismas que serán implementadas en el año 2019 es conveniente realizar el presupuesto de los Costos de Estrategias.

Música Viva es un proyecto de Karma Studio Pro que consiste en realización de grabaciones de audio y video en vivo. Dicho proyecto se planea realizar en las ciudades de Latacunga, Ambato y Riobamba con la participación de seis grupos musicales, con el fin de poder expandir el nicho de mercado, para lo cual la siguiente tabla muestra los ingresos diarios que son:

Tabla 39. Ingresos Música Viva

PRESUPUESTO DE INGRESOS PARA EL PROYECTO MÚSICA VIVA (AMBATO)	
Descripción	Total
Costo agrupación (2)	1200
Otros ingresos	15
Ingresos por publicidad	80
TOTAL	1295

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Para el proyecto de Música Viva se debe incurrir en los siguientes gastos como lo muestra la siguiente tabla a continuación:

Tabla 40. Gastos Música Viva

PRESUPUESTO DE GASTOS PARA EL PROYECTO MÚSICA VIVA (AMBATO)	
Descripción	Total
Amplificación	350
Personal	100
Transporte	100
Publicidad	50
Permisos	0
Otros gastos	15
TOTAL	615

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

4.4.2. Compra de activos

Para llevar a cabo el proyecto Música Viva se requiere incurrir en ciertos gastos de acuerdo a las posibilidades de financiamiento de la empresa durante cinco años como se muestra a continuación:

Tabla 41. Compra de activos

	2019	2020	2021	2022	2023	
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Cámara profesional	-	4000	-	-	5000	9000
Osmo profesional	2500	-	-	-	-	2500
Luces profesionales	-	-	-	500	-	500
Cámaras GoPro	-	-	500	-	-	500
Computadora	-	-	1200	-	-	1200
TOTAL	2500	4000	1700	500	5000	13700

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Tabla 42. Depreciación de activos

	2019	2020	2021	2022	2023	
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Cámara profesional	-	800	800	800	800	3200
Osmo profesional	500	500	500	500	500	2500
Luces profesionales	-	-	-	100	100	200
Cámaras GoPro	-	-	100	100	100	300
Computadora	-	-	396	396	396	1188
TOTAL	500	1300	1796	1896	1896	7388

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

4.4.3. Proyección de gastos

Karma Studio Pro debe incurrir en los siguientes gastos, para lo cual se hace una proyección anual como lo muestra la siguiente tabla a continuación:

Tabla 43. Proyección de gastos

	2019	2020	2021	2022	2023	
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Costo de ventas	880	968	1064,8	1171,28	1288,408	5372,488
Gastos operacionales	5460	6006	6606,6	7267,26	7993,986	33333,846
Plan de Marketing	5000	4000	4000	4000	4000	21000
Total gastos operacionales	10460	10006	10606,6	11267,26	11993,986	54333,846
Otros gastos proyectados	2300	2530	2783	3061,3	3367,43	14041,73
TOTAL	23220	22542	23996,2	25595,82	27355,4	128081,9

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

4.4.4. Proyección de la demanda

Como se puede observar en la proyección de la demanda, se tiene planeado crecer 2% respecto al año anterior partiendo del Año 2019 con un incremento del 10% para continuar con el Año 2020 en 12%, Año 2021 en 14%, Año 2022 en 15% y el Año 2023 en 18%.

Tabla 44. Proyección de la demanda

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
% Incremento		10%	12%	14%	16%	18%	
Ventas	27685,35	30453,885	34108,351	38883,52	45104,884	53223,763	229459,753
(-) Gastos operacionales	2400	2640	2956,8	3370,752	3910,0723	4613,8853	19891,5097
(=) Utilidad operacional	25285,35	27813,885	31151,551	35512,768	41194,811	48609,877	209568,243
(+) Otros ingresos	600	660	739,2	842,688	977,51808	1153,4713	4972,87741
(-) Otros gastos	100	110	123,2	140,448	162,91968	192,24522	828,812902
(=) Utilidad neta	25785,35	28363,885	31767,551	36215,008	42009,41	49571,103	213712,308
TOTAL	27685,35	90041,655	100846,7	114965,2	133359,6	157364,3	678433,5

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

4.4.5. Resultado de la situación actual vs la situación propuesta

Después de realizar los análisis y proyecciones se logró determinar que en el primer año Karma Studio Pro

Tabla 45. Situación actual vs situación propuesta

	Situación Actual	Situación Propuesta					TOTAL
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas	27685,35	30453,885	34108,351	38883,52	45104,884	53223,763	229459,753
(-) Costos de ventas	800	880	968	1064,8	1171,28	1288,408	6172,488
(=) Utilidad bruta en ventas	26885,35	29573,885	33140,351	37818,72	43933,604	51935,355	223287,265
(-) Gastos operacionales	1600	5460	6006	6606,6	7267,26	7993,986	34933,846
(=) Utilidad operacional	25285,35	24113,885	27134,351	31212,12	36666,344	43941,369	188353,419
(+) Otros ingresos	600	600	660	739,2	842,688	977,51808	4419,40608
(-) Otros gastos	100	2300	2530	2783	3061,3	3367,43	14141,73
(=) Utilidad neta	25785,35	22413,885	25264,351	29168,32	34447,732	41551,457	178631,095

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Evelyn Tapia

Para poder comprender el beneficio de implementar el plan de marketing se realiza la comparación entre las diferentes situaciones con propuesta y sin propuesta, obteniendo los siguientes resultados:

Como se pudo observar Karma Studio Pro debería considerar implementar el plan de marketing propuesto, debido a que si lo hace obtendrá una rentabilidad mayor, ya que aumentaran sus clientes, mejorara su infraestructura y la calidad de sus servicios. Además se expandirá a nuevos mercados como son la ciudad de Ambato, Latacunga y Riobamba, aumentando su nicho de mercado y dándose a conocer gracias al proyecto Música Viva.

Conclusiones

- Karma Studio Pro a pesar de ser una productora con poca trayectoria está ganando mercado en el Cantón Mejía por su innovación en la diferenciación y segmentación del mercado mediante la mejora continua de calidad en el servicio, además de la atención al cliente para poder comprender sus necesidades y el presupuesto para ofrecer los servicios más adecuados y recomendables, según su alcance.
- Karma Studio Pro es una productora musical que está demostrando innovación y calidad en los servicios que ofrece, lo que la ha convertido en la productora pionera en la ciudad de Machachi, con gran acogida del público, gracias a los proyectos innovadores que la hace diferente a las demás.
- Todo artista tiene el deseo de realizar una producción musical pero no todos la pueden hacer por varios factores como la falta de dinero, que es uno de los principales impedimentos según el estudio de mercado, en el cual se pudo obtener información valiosa acerca de las necesidades y deseos de los clientes, así como de sus limitantes.
- La falta de inversión hace que las personas siempre prefieran los precios más bajos, pero en búsqueda de mayor calidad, por esa razón se creó una amplia

gana de los mismos servicios pero a diferentes precios, con el fin de no perder un cliente sino que mantenerlo y mostrarle otras opciones según su alcance, porque en la mente el consumidor tiene que un estudio de grabación profesional tiene los precios elevados, y lo que pensaban que era un ahorro se convierte en una pérdida por realizar trabajos musicales que no tienen la calidad de competir con los demás.

- La música constituye en la actualidad una industria de permanente crecimiento gracias al alcance mediante la difusión en redes sociales, medios de comunicación, entre otros. Para Karma Studio Pro la publicidad se realiza a través de medios de comunicación como radio y televisión, pero la mejor herramienta publicitaria son las redes sociales como lo demostró el estudio de mercado porque mediante este medio se pueden dar a conocer todos los trabajos realizados de modo que el cliente puede conocer la calidad de los servicios y comparar con la competencia y así decidir a su conveniencia.

Recomendaciones

- Implementar el plan de marketing propuesto para que la empresa logre un mayor reconocimiento y rentabilidad, porque mediante la aplicación de las estrategias sugeridas, de tal modo que le permitan a la empresa lograr ser en la mente del consumidor un estudio de grabación profesional que ayuda al artista nacional y que busca impulsar su carrera musical.
- Con el fin de ser la empresa líder en el Cantón Mejía en producción musical y audiovisual, se recomienda desarrollar continuamente estrategias y tácticas que permitan aumentar su participación en el mercado, conservando los clientes actuales y buscando clientes futuros, mejorando la calidad de las grabaciones sin elevar los precios.
- El nivel de aceptación del público con las grabaciones en vivo le permitieron a la productora tener un mayor reconocimiento no solo en la ciudad de Machachi sino a nivel nacional gracias a la participación de agrupaciones de alto reconocimiento, es por eso que se recomienda continuar con el proyecto Música Viva, pero ahora en las ciudades de Latacunga Ambato y Riobamba, porque lo que se busca es expandir el mercado y que mejor que a dichas ciudades que tienen mayor afluencia musical.

- Crear proyectos para artistas solistas con el fin de impulsar las carreras musicales y motivar al artista nacional, para colocar a la marca como la principal competidora entre las productoras con mayor trayectoria dentro de la industria musical.

- Continuar innovando la tecnología musical para que se mejore las grabaciones y poder entregar trabajos de mejor calidad.

Bibliografía

Achtibat, S. (18 de Junio de 2015). *La importancia de la tecnología musical*. Obtenido de Xombit Music: <https://xombitmusic.com/tecnologia/la-importancia-de-la-tecnologia-musical>

Aduana del Ecuador SENAE. (s.f.). *Tratamiento arancelario por subpartida nacional*. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=8408209000>

Alegret, A. (13 de Agosto de 2018). *Análisis del macroentorno de una empresa*. Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/directrices-para-el-analisis-del-macroentorno-de-una-empresa/>

Asamblea Nacional. (25 de Junio de 2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Obtenido de http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf

Asamblea Nacional. (30 de Diciembre de 2016). *Sexto Suplemento*. Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/01/Ley-Orga%CC%81nica-de-Cultura-APROBADA-Y-PUBLICADA.pdf>

Fundació Jesuïtes Educació. (05 de Mayo de 2017). *¿Qué es el Marketing Mix?* Obtenido de <https://fp.uoc.fje.edu/blog/que-es-el-marketing-mix-que-son-las-4ps-definicion-y-ejemplos/>

Gómez, L., & Montero, X. (2013). *A la industria musical todavía le falta ritmo*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/industria-musical-todavia-le-falta.html>

iProfesional. (1 de Febrero de 2018). *Cámara de instrumentos musicales piden quita de aranceles: "Mejoraría el acceso a la cultura y no impactaría en la recaudación"*. Obtenido de <http://www.iprofesional.com/notas/262706-impuestos-importaciones-industria-moneda-mercado-competitividad-aranceles-actividad-caimavi-diego-carullo-instrumentos-musicales-Camara-de-instrumentos-musicales-piden-quita-de-aranceles-Mejoraria-el-acceso-a-la-cu>

Johnson, G. (2006). *Dirección estratégica*. Madrid: Pearson Educación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.

Martínez, L. (25 de Julio de 2017). *Diversificación de Productos y de Mercados*. Obtenido de <https://www.negocios-internacionales.net/2017/07/26/diversificaci%C3%B3n-de-productos-y-de-mercados/>

Munuera, J. L., & Rodríguez, A. I. (2015). *Estrategias de marketing*. Madrid: ESIC Editorial.

Neo Attack. (s.f.). *Marketing Mix*. Obtenido de <https://neoattack.com/neowiki/marketing-mix/>

Pedros, D. M., & Gutiérrez, A. M. (2005). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. España: Altair.

Philip, K., & Gary, A. (2008). *Fundamentos del marketing*. México: Pearson.

Trujillo Jácome, E. M. (2010). *Diseño de estrategias de marketing para un hostel en la ciudad de Quito*. Obtenido de

<http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2716/1/T0884-MBA-Trujillo-Dise%C3%B1o%20de%20estrategias.pdf>