

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA ACADEMIA  
DE PRODUCCIÓN Y ENSEÑANZA MUSICAL DE ROCK EN QUITO.  
ACADEMIA “ROCKIN’ QUITO”**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**ISRAEL FERNANDO DOMÍNGUEZ ROMERO**

**DIRECTOR: ING. MARIANO MERCHÁN**

**QUITO, NOVIEMBRE 2012**

**DIRECTOR DE DISERTACIÓN:**

Ing. Mariano Merchán

**Informantes:**

Ing. Marco Calvache

Eco. Yaskarina Galárraga

## **DEDICATORIA**

A mi madre que me ha visto crecer, me ha apoyado y lo ha dado todo durante estos 25 años.

A Nathaly Villacís, mi amor, quien me toma de la mano y camina junto a mí.

## **AGRADECIMIENTO**

A todos quienes forman parte de mi vida.

## ÍNDICE

### INTRODUCCIÓN, 1

### 1 ANÁLISIS DEL ENTORNO, 3

#### 1.1 ANÁLISIS DEL AMBIENTE EXTERNO, 4

- 1.1.1 ANÁLISIS SOCIO ECONÓMICO DE ECUADOR, 4
- 1.1.2 ANÁLISIS SOCIO ECONÓMICO DE QUITO, 10
- 1.1.3 HISTORIA Y CULTURA MUSICAL DE LOS QUITEÑOS, 14
- 1.1.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS ROQUEROS EN QUITO, 21

### 2 ANALISIS DEL SECTOR ACADÉMICO MUSICAL, 29

#### 2.1 HISTORIA DE LA MÚSICA, 29

- 2.1.1 RESEÑA DE LA MÚSICA EN LA HUMANIDAD, 29
- 2.1.2 PRINCIPALES GÉNEROS MUSICALES, 35
  - 2.1.2.1 POR LOS MEDIOS SONOROS EMPLEADOS, 36
  - 2.1.2.2 POR LA FUNCIÓN, 37
  - 2.1.2.3 POR LA LOS CONTENIDOS Y LA MANERA DE EXPONERLOS, 37
  - 2.1.2.4 SEGÚN EL PÚBLICO A QUIEN VA DIRIGIDA LA OBRA MUSICAL, 38
- 2.1.3 GRANDES MÚSICOS DE TODOS LOS TIEMPOS, 39

#### 2.2 HISTORIA DEL ROCK, 43

- 2.2.1 NACIMIENTO DEL ROCK COMO GÉNERO MUSICAL, 43
- 2.2.2 ¿EL ROCK ES CULTURA?, 45
- 2.2.3 GÉNEROS MUSICALES PROVENIENTES DEL ROCK, 46
- 2.2.4 MÚSICOS ROQUEROS DESTACADOS, 47
- 2.2.5 NACIMIENTO DEL ROCK EN EL ECUADOR, 48
- 2.2.6 MÚSICOS ROQUEROS DESTACADOS EN EL ECUADOR, 50

#### 2.3 LAS ACADEMIAS MUSICALES, 52

- 2.3.1 PRINCIPALES ACADEMIAS DE MÚSICA EN EL MUNDO, 52
- 2.3.2 PRINCIPALES ACADEMIAS DE MÚSICA EN QUITO, 53

#### 2.4 LOS ESTUDIOS DE GRABACIÓN, 55

- 2.4.1 PRIMEROS ESTUDIOS DE GRABACIÓN EN EL MUNDO, 55
- 2.4.2 PRINCIPALES ESTUDIOS DE GRABACIÓN EN QUITO, 56

### **3 ESTUDIO DE MERCADO, 58**

#### **3.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA, 59**

#### **3.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA, 59**

#### **3.3 SEGMENTACIÓN, 61**

##### **3.3.1 MACROSEGMENTACIÓN, 61**

**i. Ubicación geográfica, 61**

**ii. Tipo de cliente, 62**

**iii. Grupo objetivo, 63**

##### **3.3.2 MICROSEGMENTACIÓN, 64**

**i. Segmentación demográfica, 65**

**ii. Segmentación psicográfica, 65**

#### **3.4 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA OBJETIVA, 68**

#### **3.5 METODOLOGÍA INVESTIGATIVA, 72**

##### **3.5.1 Diseño de instrumentos de investigación, 72**

**i. Focus Group, 72**

**ii. Encuesta, 79**

**iii. Análisis y conclusiones de la encuesta, 81**

### **4 PLAN ESTRATÉGICO, 113**

#### **4.1 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO, 114**

**4.1.1 SERVICIO DE ENSEÑANZA MUSICAL: GUITARRA, 114**

**4.1.2 SERVICIO DE ENSEÑANZA MUSICAL: CANTO, 118**

**4.1.3 SERVICIO DE ENSEÑANZA MUSICAL: BAJO, 120**

**4.1.4 SERVICIO DE ENSEÑANZA MUSICAL: BATERÍA, 124**

**4.1.5 SERVICIO DE ENSEÑANZA MUSICAL: TECLADOS, 127**

**4.1.6 SERVICIO DE ESTUDIO DE GRABACIÓN, 130**

**4.1.7 SERVICIO DE LOCAL DE ENSAYOS, 132**

**4.1.8 ASESORÍA MUSICAL Y COMERCIAL, 133**

**4.1.9 CURSOS DE VERANO, 134**

#### **4.2 ENTORNO ORGANIZACIONAL, 135**

**4.2.1 NOMBRE, 135**

**4.2.2 SLOGAN, 136**

**4.2.3 LOGO, 136**

**4.2.4 MISIÓN, 137**

**4.2.5 VISIÓN, 137**

**4.2.6 VALORES CORPORATIVOS, 137**

**4.2.7 OBJETIVOS CORPORATIVOS, 139**

#### **4.3 ESTRATEGIAS DE MERCADEO, 140**

**4.3.1 Matriz FODA, 140**

**4.3.2 Matriz EFE, 148**

**4.3.3 Matriz EFI, 150**

**4.3.4 MARKETING MIX, 152**

**i. Producto, 152**

**ii. Plaza, 158**

iii.	Precio, 161
iv.	Promoción, 165
4.4	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, 171
4.4.1	SUSTITUTOS CERCANOS, 172
4.4.2	SUSTITUTOS LEJANOS, 179
4.4.3	ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN, 180
5	ESTUDIO TÉCNICO-OPERATIVO, 181
5.1	LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA, 181
5.2	PLANEAMIENTO DE EQUIPAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE LAS OPERACIONES, 185
5.2.1	ÁREA FÍSICA, 185
5.2.2	DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES, 187
5.3	ASPECTOS LEGALES, 193
5.3.1	CONSTITUCIÓN, 197
5.3.2	REGULACIONES, 199
5.4	DETERMINACIÓN DE NECESIDADES DE MANO DE OBRA, 201
5.4.1	CAPITAL HUMANO, 201
5.4.2	ORGANIGRAMA, 203
6	ESTUDIO FINANCIERO, 206
6.1	INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO INICIAL, 206
6.1.1	ACTIVOS FIJOS, 209
6.1.2	CARGOS DIFERIDOS, 215
6.1.3	CAPITAL DE TRABAJO, 215
6.2	PRESUPUESTOS, 216
6.2.1	PRESUPUESTOS DE VENTAS, 217
i.	Cursos regulares, 218
ii.	Cursos por horas, 220
iii.	Cursos de verano, 220
iv.	Local de ensayo, 221
v.	Estudio de grabación, 222
vi.	Asesoría Musical, 222
6.2.2	PRESUPUESTO DE GASTOS, 223
6.2.3	PRESUPUESTO DE CAJA, 231
6.3	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS, 234
6.3.1	ESTADO DE RESULTADOS, 234
6.3.2	BALANCE GENERAL, 236
6.4	ANÁLISIS FINANCIERO, 238
6.4.1	PUNTO DE EQUILIBRIO, 238
6.4.2	FLUJOS DE FONDOS, 249
i.	Valor Actual neto, 248
ii.	Tasa interna de Retorno, 256
iii.	Costos/Beneficio, 257
iv.	Período de Recuperación de la inversión, 257

**6.4.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD, 256**

**7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 261**

**BIBLIOGRAFÍA, 265**

**ANEXOS, 271**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En el presente proyecto de Disertación de Grado se trata de un plan de negocios en el cual se analiza la factibilidad de la creación, implementación y sostenibilidad de mercado y financiera de una academia de producción y enseñanza musical de Rock en Quito.

La investigación realizada parte de un análisis económico, cultural y social del entorno ecuatoriano, y específicamente el quiteño; se centra en las características de la gente que gusta del Rock y que reside en la ciudad de Quito. Se realiza una reseña de la historia de la música, en general, alrededor del mundo y los principales exponentes del presente y del pasado, y posteriormente se centra en el nacimiento, evolución, influencia y principales exponentes de la música Rock tanto en el mundo, como en la escena ecuatoriana. Se incluye un análisis de la evolución de las academias musicales y los estudios de grabación locales y extranjeros.

Una vez descrito el entorno, se establece la idea de la creación de una academia especializada para gente que guste de la música Rock, y se realiza un análisis de demanda, oferta, segmentación, y se traza un plan estratégico para cada uno de los servicios que se consideran oportunos como parte de las actividades de la academia.

Se propone el nombre de Rockin' Quito, y el slogan: "TALENTO Y PASIÓN POR LA MÚSICA". Se realiza un análisis FODA, y se establecen estrategias formadas y ponderadas en las matrices EFE y EFI, en las cuales se genera una posición de mercado para la academia y la forma en que ésta debería aprovechar las oportunidades que le presenta el entorno y sortear las amenazas del mismo. También analiza cada uno de los puntos del Marketing Mix, en los cuales se determinan los servicios que ofrecerá la academia, los precios, dónde lo hará y la forma en qué lo hará.

Se analiza el ámbito legal que envuelve la creación de una academia musical, y cómo los factores legales y tributarios afectarán las actividades propuestas para Rockin' Quito. También se analiza la necesidad de personal, y se diseñan las instalaciones en las que se llevarían a cabo los servicios propuestos.

Finalmente en base a la información obtenida en las encuestas, el focus group y varios datos obtenidos directamente del mercado, se realizan las proyecciones financieras a cinco años, que contemplan: inversión inicial, proyección de ventas, presupuestos de gastos y de caja: posteriormente se proyectan los estados financieros, y se concluye con un análisis por año del punto de equilibrio, cálculo del valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación de la inversión, costo beneficio y el análisis de sensibilidad sobre la tasa de descuento.

## **INTRODUCCIÓN.**

Actualmente en muchas personas se presenta la afición a la música estilo Rock, y la iniciativa de aprender de manera empírica a tocar instrumentos musicales, para así poder formar su propia banda, ya sea con fines lúdicos, o con fines profesionales.

En la ciudad de Quito es limitada la cantidad de bandas roqueras profesionales, es decir que todos o algunos de sus integrantes hayan tenido educación musical académica. Esta falta de educación musical limita la capacidad técnica y el óptimo desempeño de los músicos. La mayoría de las bandas han desarrollado su talento únicamente auto-educándose.

En Quito y en el Ecuador la empresa privada que se dedica al negocio de la música se muestra renuente a arriesgarse mayormente por las bandas roqueras. Parte de esta resistencia se debe a que son pocas las bandas que han demostrado un desarrollo técnico-musical serio. Consecuencia directa de esto, el mercado musical del Rock ha tenido un desarrollo mucho menor con respecto a otros géneros musicales como por ejemplo el Pop o la música romántica.

El movimiento roquero de Quito, lleva cerca de 50 años en Ecuador<sup>1</sup>, y claramente se ha ido ganando su espacio público, en el que lleva a cabo presentaciones y conciertos. Eventos roqueros, tales como: el QuitoFest, QuitoRaymi, Semana del Rock, entre otros; han recibido el apoyo y auspicio de los Ministerios de Educación y Cultura, el Ministerio de Inclusión Económica y Social, y el Ministerio de Desarrollo Social; el Consejo Provincial de Pichincha y la Municipalidad de Quito. El apoyo económico brindado se lo ha destinado en gran parte a la realización de este tipo de eventos, y otra parte de los ingresos se han ido directamente a las bandas.

A pesar de este apoyo existente, no se cuenta con una entidad que se enfoque en el desarrollo musical de las bandas roqueras. Por esta razón se estima conveniente el análisis, de factibilidad de mercado y financiera, de la creación e implementación de una academia de producción y enseñanza musical para bandas y aficionados al Rock, ubicada en Quito.

---

<sup>1</sup> González, Daniel, 2004, "Rock, identidad e interculturalidad. Breves reflexiones en torno al movimiento roquero ecuatoriano", en *ÍCONOS* No. 18, Flacso-Ecuador, Quito, pp. 33-42.

## **1 ANÁLISIS DEL ENTORNO.**

El ambiente económico mundial se encuentra en un continuo sube y baja tras la caída del mercado inmobiliario en Estados Unidos. Varios países desarrollados se encuentran en problemas financieros graves (default, inflación demasiado alta, falta de liquidez, entre otros factores). Entre estos países se encuentran: España, Portugal, Italia, Grecia; incluso Estado Unidos aún no ha logrado recuperarse completamente. Ventajosamente una de las regiones menos golpeadas ha sido la Latinoamericana.

Ecuador ha podido presentar índices de crecimiento en su economía. La industria del entretenimiento se encuentra en continuo crecimiento y según la PricewaterhouseCoopers se prevé un crecimiento de 5% entre 2010 y 2014<sup>2</sup>.

La situación política del Ecuador desde noviembre de 2006, hace casi 6 años, ha sido mucho más estable que en los últimos 25 años de democracia. Se ha mantenido con un mismo gobierno y con una misma tendencia política vista desde una perspectiva macro.

---

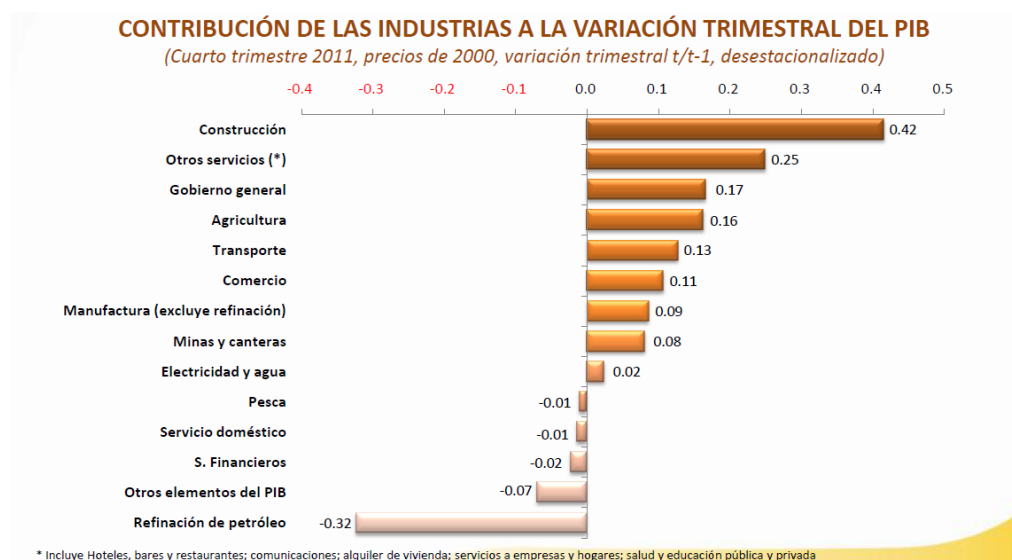
<sup>2</sup> [<http://eleconomista.com.mx/industria-global/2010/06/15/preven-crecimiento-5-industria-entretenimiento>]

## 1.1 ANÁLISIS DEL AMBIENTE EXTERNO.

### 1.1.1 ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO DE ECUADOR.

Durante el 2011 el Ecuador presentó un crecimiento del 6.3% del PIB, con respecto al 2010.<sup>3</sup> La contribución, por industrias, a la variación del PIB para el cuarto trimestre de 2011 ha sido el siguiente:

**CUADRO No. 1**



**FUENTE:** <http://www.bce.fin.ec>, al 04-Abril-2012

Según el cálculo de la línea de pobreza, realizado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) y la SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador), para Diciembre de 2010 en las áreas

urbanas (la ciudad de Quito fue tomada en cuenta en este estudio) se registró una tasa de pobreza del 21,56% del total de la población.<sup>4</sup>

Durante el periodo de gobierno del Economista Rafael Correa, desde noviembre 2006 hasta la actualidad (Octubre 2012), se ha visto un importante crecimiento en inversión social: construcción de carreteras, mejoramiento de hospitales, construcción de escuelas, dotación de infraestructura para distintas unidades educativas, gratuidad de la educación pública, aumento del bono de desarrollo, etc.

La liquidez del sistema financiero-bancario en julio de 2011 se encontraba en alrededor de los 1.030,70 millones de dólares.<sup>5</sup>

A pesar de esta tendencia a una mayor inversión del gobierno, aún existen muchas fallas en cuanto a la seguridad jurídica (cambio de las reglas y leyes para el comercio y el desarrollo productivo), la falta de flexibilidad laboral (prohibición de la tercerización y eliminación del empleo por horas), inestabilidad tributaria (cambios anuales a la Ley Orgánica de Régimen Tributario), inestabilidad política y recientemente los graves atentados a la libertad de expresión.

Estos factores han influido para que la economía de Ecuador no crezca de la manera esperada. Con un aumento vertiginoso de los ingresos por parte del

---

4

[<http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/PobrezaDic2010.pdf>]

<sup>5</sup> [<http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/Liquidez/gli201207.pdf>]

sector petrolero se podía prever que al menos Ecuador no estuviera endeudado, sin embargo actualmente Ecuador tiene una deuda pública que asciende a \$14.561 millones<sup>6</sup>. El precio promedio del barril de petróleo durante los últimos 3 años (durante el gobierno actual) se ha mantenido sobre el precio que se registró en años anteriores al actual gobierno.

El sector de servicios, que es el que compete analizar para el desarrollo del presente estudio, tendría un crecimiento de alrededor del 4,5% para el 2011, sosteniéndose dicho crecimiento durante el periodo 2012-2014.<sup>7</sup> Esta tasa se aproxima a la ya mencionada tasa de crecimiento de la industria mundial del entretenimiento (5%).

El entorno productivo también ha variado en los últimos años. Desde el 29 de diciembre del 2010 fue publicado en el registro oficial el Código Orgánico de la Producción. Este texto abarca el proceso productivo en conjunto, es decir aprovechamiento de factores de producción, transformación productiva, distribución e intercambio cultural, consumo y análisis de las externalidades influyentes en el proceso productivo. De esta manera el gobierno intenta establecer guías y políticas que beneficien la producción y comercialización en Ecuador.

El gobierno también apoya el emprendimiento, sobre todo el de proceso de materias primas y proyectos innovadores. Actualmente existe el proyecto EmprendEcuador, el cual apoya la creación de negocios que tienen potencial de

---

6

[<http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro042012.pdf>]

<sup>7</sup>[<http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/Supuestos%20Macro2011-2014.pdf>]

crecimiento, son innovadores o que tienen una elevada diferenciación (es decir que no son tradicionales, o no poseen las características que comúnmente poseen los negocios en el mercado).

Desde que la economía ecuatoriana, en 1999, se dolarizó, las tasas de interés se han mantenido estables en comparación a los tiempos en los que el Sucre era la moneda circulante. Con el gobierno de Rafael Correa en los últimos años, las distintas tasas de interés disminuyeron considerablemente beneficiando así sobre todo al sector productivo. Esto beneficia al financiamiento del proyecto. Desde septiembre de 2007 hasta abril de 2012, las tasas de interés para los distintos tipos de créditos, se comportaron de la siguiente manera:

## CUADRO No. 2

Segmento	Tasa Activa Efectiva Máxima				Tasa Referencial		Diferencia Sep-07 Abr - 12	
	sep-07	oct-08	jun-09	abr-12	sep-07	abr-12	Máxima	Ref.
	Productivo Corporativo	14.03	9.33	9.33	9.33	10.82	8.17	- 4.70
Productivo Empresarial (1)	n.d.	n.d.	10.21	10.21	n.d.	9.53	-	-
Productivo PYMES	20.11	11.83	11.83	11.83	14.17	11.20	- 8.28	- 2.97
Consumo (2)	24.56	16.30	18.92	16.30	17.82	15.91	- 8.26	- 1.91
Consumo Minorista (3)	37.27	21.24	-	-	25.92	-	-	-
Vivienda	14.77	11.33	11.33	11.33	11.50	10.64	- 3.44	- 0.86
Microcrédito Minorista (4)	45.93	33.90	33.90	30.50	40.69	28.82	- 15.43	- 11.87
Microcrédito Acum. Simple (5)	43.85	33.30	33.30	27.50	31.41	25.20	- 16.35	- 6.21
Microcrédito Acum. Ampliada (6)	30.30	25.50	25.50	25.50	23.06	22.44	- 4.80	- 0.62

(1) Segmento creado a partir del 18 junio 2009.

(2) Reducción de Tasa Máxima febrero 2010 de 18.92% a 16.30%

(3) Segmento unificado con el segmento Consumo Minorista a partir del 18 junio 2009

(4) Reducción de Tasa Máxima mayo 2010 de 33.90% a 30.50%

(5) Reducción de Tasa Máxima mayo de 2010 de 33.30% a 27.50%. Cambio en los rangos de crédito, segmento Microcrédito Minorista de USD 600 a USD 3,000 (junio 2009)

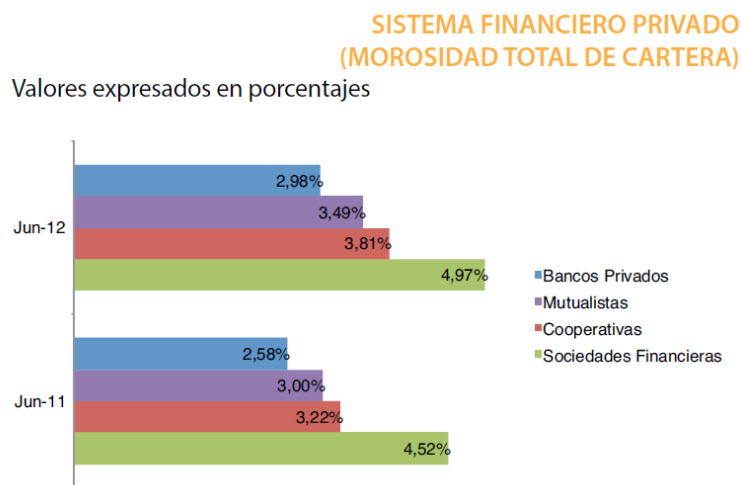
(6) Cambio en los rangos de crédito Microcrédito Acum Simple de (USD 600 a USD 8,500) a (USD 3,000 a USD 10,000) (junio 2009)

FUENTE: <http://www.bce.fin.ec>, a abril-2012

El gobierno estableció tasas máximas a los distintos segmentos de crédito, ayudando así en gran manera al sector productivo, reduciendo sus costos. Sin embargo por el lado del sistema financiero (bancos, cooperativas, mutualistas)

en principio hubo menos ganancias, pero esto condujo a que las operaciones financieras se volvieran mucho más eficientes, al igual que se hallara una cartera mucho más sana, y el sistema de morosidad de los bancos privados bajara. Para junio de 2012 la morosidad de la totalidad de cartera de los bancos privados se situó en 2.98%.

### CUADRO No. 3



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.  
Elaboración: Asociación de Bancos Privados - Área económica.

Durante el primer trimestre de 2012 hubo un crecimiento del 17,90% en cuanto al nivel de captaciones del sistema bancario. Aparentemente esto demuestra mayor confianza por parte del público para depositar su dinero en los bancos, cooperativas y mutualistas.

CUADRO No. 4



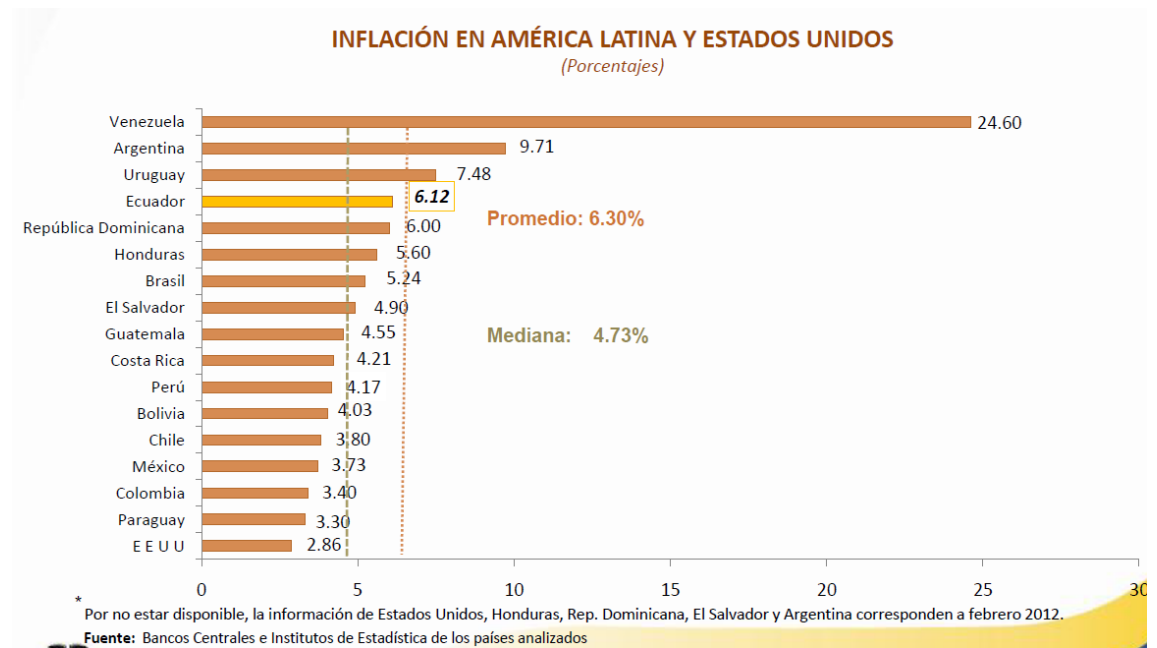
**FUENTE:** Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, a junio-2012

**ELABORACIÓN:** ABPE – Área Económica

Aproximadamente desde 2007 se hizo fuerte el rumor de una desdolarización, la cual fue desmentida por el gobierno nacional. El mismo indicó que se mantendría la dolarización. Sin embargo esto no impidió, que al menos en principio ideológicamente, también se apoyara el Sistema Único de Compensación Regional (SUCRE), moneda que serviría para las transacciones comerciales entre los países de la región Andina y que comenzaría tal cual lo hizo el Euro, es decir como una moneda virtual, para posteriormente convertirse en una moneda física, sobre todo cuando el valor del dólar ha caído en la última década. Es Venezuela mediante su presidente Hugo Chávez el país que ha estado llevando la delantera en esta iniciativa. Su principal argumento a favor tiene que ver con la soberanía de la región, e independencia en cuanto al dólar. A pesar de estas intenciones de crear una nueva moneda, regional, Venezuela tampoco muestra estabilidad en cuanto a su manejo económico y financiero, presentando hasta el mes de marzo 2012 la mayor tasa de inflación de la región latinoamericana: 24,60%. En las elecciones llevadas a cabo el 07

de octubre de 2012, Hugo Chávez fue reelecto presidente de Venezuela por 6 años más, y todo indica que la tendencia de su gobierno continuará.

### CUADRO No. 5



Sin embargo las declaraciones del presidente venezolano Hugo Chávez crean un ambiente antagónico con el principal socio comercial de Ecuador: Estados Unidos.

#### 1.1.2 ANÁLISIS SOCIO-ECONÓMICO DE QUITO.

Como capital de los ecuatorianos Quito en la actualidad cuenta con una población de 2'239.191 según el último Censo Nacional realizado el 28 de noviembre de 2010.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> [www.inec.gob.ec]

La población se encuentra distribuida de la siguiente manera: 1'607.734 habitantes en el área urbana de la ciudad, y la diferencia (631.457) en lo que se consideran las áreas suburbanas de Quito, es decir las parroquias de: Conocoto, Amaguaña, Cumbaya, Nayón, Zambiza, Llano Chico, Calderón, Pomasqui, San Antonio, Tumbaco, Guangopolo, Puembo, Alangasí y La Merced. De esta manera se ubica como la segunda ciudad más poblada del Ecuador.

Actualmente en Quito se llevan a cabo diversas actividades, en los distintos sectores económicos. El gobierno municipal de la capital, clasifica a las ramas económicas de la ciudad en 3: primarias, secundarias y terciarias. Para poder comprender cada uno de estos sectores, primero se establecerá lo que comprende cada uno de estos sectores.

El sector primario se refiere a aquellas actividades en las cuales se toman directamente los productos de la naturaleza, y luego de lo cual no existe una transformación posterior de los mismos. Así tenemos por ejemplo la agricultura, la ganadería, la pesca, la silvicultura, la avicultura.

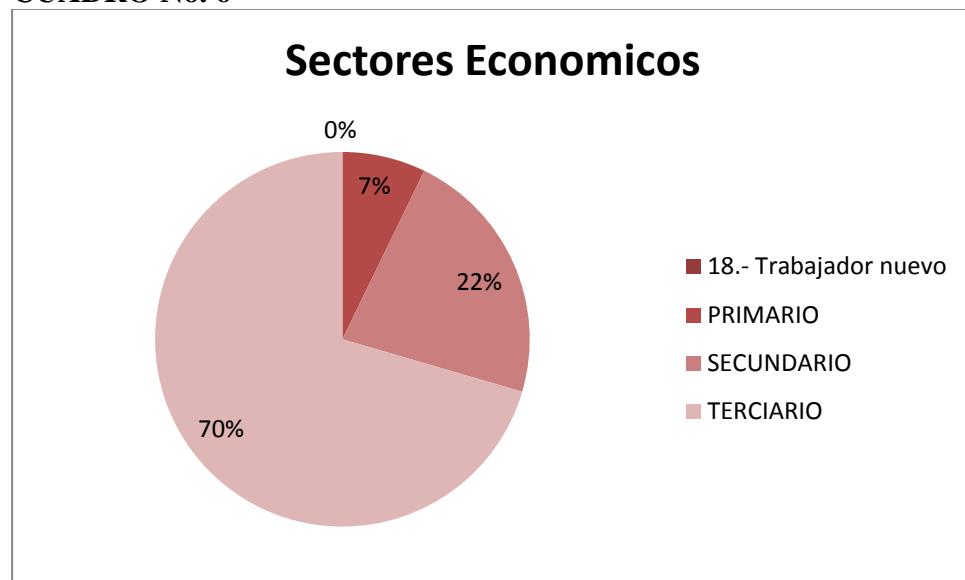
El sector secundario o transformador, como su nombre lo indica, es aquel en el cual se somete a un proceso de transformación o elaboración, a aquellos productos obtenidos de la naturaleza, también conocidos como materia prima.

Finalmente, el sector terciario, se refiere a aquellas actividades dedicadas únicamente a los servicios. Estos servicios se los ofrece a las personas, a las

empresas o a la sociedad como un todo (por ejemplo entidades gubernamentales).<sup>9</sup>

Partiendo del conocimiento de estos conceptos, podemos dirigirnos a lo que se refiere a la distribución de las actividades económicas de Quito. Según la página del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito tenemos la siguiente distribución de los sectores económicos en la ciudad:

**CUADRO No. 6**

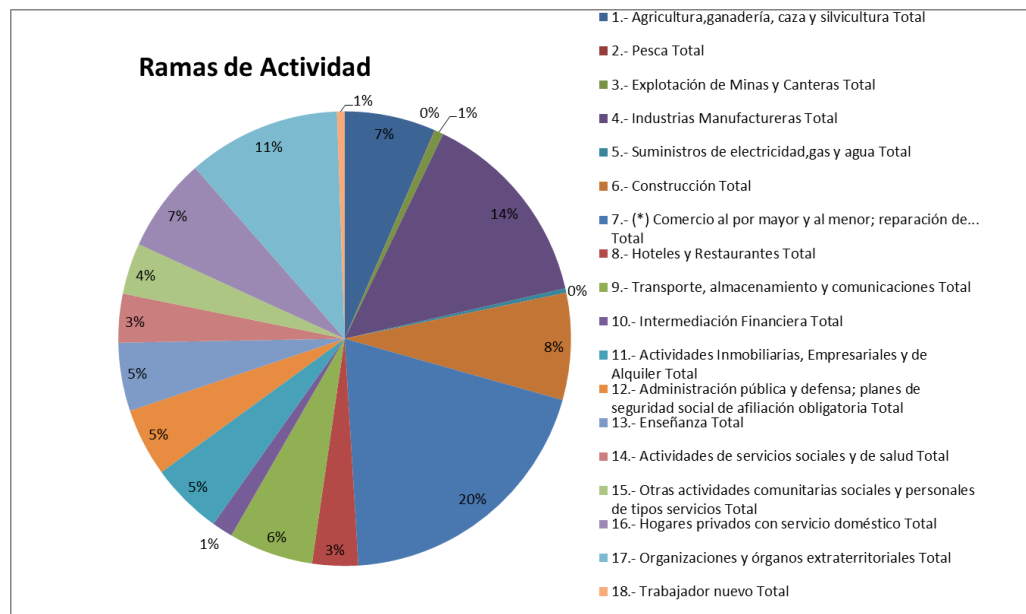


**FUENTE:** Municipio Distrito Metropolitano de Quito

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

<sup>9</sup> [[http://es.wikipedia.org/wiki/Sectores\\_de\\_producci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Sectores_de_producci%C3%B3n)]

CUADRO No. 7



**FUENTE:** Municipio Distrito Metropolitano de Quito

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

Como consta en el cuadro No. 6, en Quito, cerca del 70% de las actividades están dedicadas al sector terciario de la economía, es decir a los servicios. Debemos tomar en cuenta que esta distribución está hecha, en base al número de personas empleadas directamente en cada una de las actividades, y no en base al movimiento económico que genera cada una de las ramas.

Claramente se puede deducir que el proyecto de una academia de producción y enseñanza musical de Rock en Quito, se trata de un desarrollo en el sector terciario de la economía quiteña, debido a la naturaleza misma del negocio.

### 1.1.3 HISTORIA Y CULTURA MUSICAL DE LOS QUITEÑOS.

Se tiene muy pocos datos sobre la cultura musical quiteña de la época prehispánica (periodo que abarca desde 4200 a.c. hasta el siglo XIV aproximadamente).

Se posee información muy limitada sobre obras de estilo sacro, realizadas por sacerdotes quiteños de la época colonial. Uno de los primeros compositores mestizos fue Diego Lobato de Sosa Yarucpalla.<sup>10</sup> Esta época abarca desde el siglo XV hasta inicios del siglo XIX. La producción musical, en aquella época se hallaba limitada a las obras de este estilo, por lo que sólo se las podía apreciar durante las ceremonias religiosas de la religión católica (religión oficial y constitucional del Ecuador).

No es sino, hasta finales del siglo XIX, que se construye el primer teatro de Quito, el Teatro Nacional Sucre, construido entre 1879 y 1887. Sin embargo, no se le daba el uso para el cual fue construido, sino que en él se hacían fiestas y bailes de la clase alta de Quito. La primera función de cine se la realizó en 1901 (14 años después de culminada la construcción del teatro). Durante los primeros años de operación del teatro, se realizaban únicamente apenas unas 3 presentaciones importantes al año.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> [<http://www.edufuturo.com/educacion.php?c=786>]

<sup>11</sup> [<http://www.quitoadventure.com/relax-ecuador/lugares-turisticos-quito/teatros-musica/teatro-sucre.html>]

Durante el siglo XIX y XX tuvieron su apogeo distintos ritmos etiquetados actualmente como “música nacional”. Entre los más destacados tenemos los siguientes: El Pasillo, El Sanjuanito, El Yaraví y El Pasacalle.

Durante los primeros años del siglo XX aparecen muchas obras de dos géneros musicales catalogados actualmente como “música nacional”: los Aires Típicos y el Sanjuanito.

Cerca de la segunda década del siglo XX es el Pasillo la forma musical que se va consolidando. Este género musical se vuelve bastante popular debido a que utiliza letras de grandes poetas de la época, sobre de todo de la “generación decapitada”, Medardo Ángel Silva, José María Egas, Remigio Romero y Cordero, entre otros.

Para los años 40 sobresale la figura de Carlota Jaramillo, intérprete de la música ecuatoriana, especialmente del Pasillo.

Durante los años 50, comienzan a ingresar a Quito, y en general a Ecuador, ritmos extranjeros tales como: Bolero, Tango, Vals, y distintos ritmos tropicales como la Guarachá, el Merecumbé y la cumbia.<sup>12</sup>

En los años sesenta, Ecuador vivía una grave inestabilidad política debido a las dictaduras militares, y Quito como la capital, se sentía más que cualquier otra ciudad, golpeada directamente con este tema. No es sino hasta finales de la década de los 70, que vuelve el régimen constitucional al Ecuador (ingresa al

---

<sup>12</sup> [[http://janeth\\_haro.tripod.com/lamusica.htm](http://janeth_haro.tripod.com/lamusica.htm)]

poder presidencial mediante elecciones democráticas el ya fallecido Jaime Roldós Aguilera). Es en esta misma década (70) que se vive el “boom” petrolero y que el desarrollo económico del país se acelera por este motivo. Este desarrollo trae consigo una ruptura generacional bastante clara. (En Estados Unidos esta ruptura generacional se presenta en la década de los años 50).

Al respecto, Jaime Guevara, un personaje estrechamente vinculado con el rock ecuatoriano desde sus orígenes, cuenta en una entrevista en la revista MUNDO DINERS: ‘Hasta entonces se concebía al joven como un adulto en miniatura, pero empezamos a definirnos con una identidad propia, a decir que nosotros tenemos una propia forma de ver las cosas, nuestro propio lenguaje: la coba, la jerga; nuestra propia forma de vestirnos, nuestro gusto en llevar el pelo, y nuestra forma de hacer música y gozar de ella’.<sup>13</sup>

Este desarrollo que presenta la nación, y esta mayor libertad, producen un ambiente de mayor rebeldía entre los jóvenes, y comienza a nacer quienes formarían la actual “ola de padres de edad”. Entiéndase que la mayoría de los padres de la generación de los adultos jóvenes (entre 24 y 30 años) nace hasta mediados de la década de los 70. Es conocido por tradición oral quiteña, que esta generación de padres se caracteriza por ser “más abiertos”, “más suaves” con sus hijos.

Este ambiente propicio hace de la “importación” musical un tema mucho más factible, y el cual se produce. Para esto es necesario tener en cuenta tanto el ambiente internacional musical, como el ambiente nacional que se vivía por aquella época.

---

<sup>13</sup> P, AYALA ROMÁN, (2008), **El mundo del rock en Quito**. Ecuador. Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo de Pichincha, p. 90

En Ecuador ya existía un referente musical: “El Ruiseñor de América”, Julio Jaramillo. A pesar de que su música no tenía ni el más mínimo vínculo con el género musical que compete en este estudio, el Rock, este famoso artista ecuatoriano, sentaba un precedente de éxito musical alcanzado por un ecuatoriano.

En cuanto al ambiente internacional, de donde proviene la música Rock, encontramos a varias bandas roqueras ya consolidadas, tales como: The Rolling Stones, Led Zeppelin, Elvis Presley, The Beatles, entre otros.

#### **CUADRO No. 8**



**FUENTE:** <http://royaltrilogy.blogspot.com/2010/08/esta-vivo-elvis-dudas-e-interrogantes.html>

Todos estos artistas e intérpretes influyeron el nacimiento del rock en Ecuador, específicamente hablando, en la ciudad de Quito (en el siguiente capítulo se hace un análisis detallado de la historia del Rock tanto a nivel nacional, como internacional).

**CUADRO No. 9**

**FUENTE:** [http://www.geocities.ws/aldohernan18/rolling\\_stones.html](http://www.geocities.ws/aldohernan18/rolling_stones.html)

Durante las siguientes décadas de los 80, 90 y finalmente el inicio del siglo XXI, tenemos que en Quito se halla prácticamente bandas de cualquier estilo musical. Unas más populares que otras, en general muestran la apertura musical que ha tenido nuestra ciudad.

**CUADRO No. 10**

**FUENTE:** [http://www.taringa.net/posts/videos/10919985/Led-Zeppelin-\\_Origin-of-The-Species-\\_Documental-Online\\_.html](http://www.taringa.net/posts/videos/10919985/Led-Zeppelin-_Origin-of-The-Species-_Documental-Online_.html)

Durante esta primera década del siglo XXI, ingresaron a Quito, y al Ecuador en general, (el efecto de la Globalización ayudó a esto) muchos ritmos y géneros nuevos tales como: Techno Dance, Reggaeton, Electrónica, entre otros, caracterizados primordialmente su ritmo que incita al baile, razón por la cual se encuentran presentes en la mayoría de las fiestas juveniles privadas de la actualidad.

Mucho influye en cuanto a géneros musicales se refiere, el nivel social y de educación de las personas. Por ejemplo así tenemos que al sur de la ciudad y en las periferias en general, son muy comunes los conciertos de la música “popular” conocida como “Rockolera”. Este estilo musical abarca un abanico bastante grande de audiencia quiteña, tanto de personas jóvenes, como de personas ya más maduras. Los conciertos de este tipo se dan principalmente en estadios de ligas barriales de fútbol.

En tanto que en el norte de la ciudad tenemos a personas con preferencia por música Pop, o como comúnmente es llamada “música comercial”. La música Pop, congrega a una gran cantidad de personas, y esto puede constatarse en los conciertos que se realizan en lugares tales como El Coliseo General Rumiñahui y el Estadio Olímpico Atahualpa.

Técnicamente el género musical denominado Rock es aquel que se ejecuta en compases de 4/4 (léase cuatro cuartos), y básicamente puede ser interpretado con una guitarra, un bajo, una batería y la voz. Comúnmente y hablando de una manera general, las personas separan al Pop del Rock, siendo el primero un sub-género del segundo. Sin embargo para el presente estudio se utilizará la idea común de que el Pop es un género distinto, y mucho más “suave” que el Rock.

Para tener una idea más clara a continuación se detallan distintos exponentes (artistas), de ambos géneros musicales:

POP: Madonna, Ricky Martin, Lady Gaga, Shakira, Chayanne, etc.

ROCK: Maná, Red Hot Chili Peppers, Led Zeppelin, Guns n Roses, Panda, Basca, Metallica, Mago de Oz, The Rolling Stones, The Police, Slipknot, etc.

Esta división es sumamente importante y determinante para el sentido que tiene el presente estudio de factibilidad, ya que de ella depende la segmentación de mercado y el universo de la población al que se desea llegar.

#### **1.1.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS ROQUEROS EN QUITO.**

Actualmente no se cuenta con un estudio especial o un análisis estadístico que contenga datos sobre la población de Quito que se identifique de alguna u otra manera con la tendencia musical del Rock.

Sin embargo como posteriormente se analizará en el capítulo concerniente al desarrollo de la investigación de mercado y plan de marketing, el presente estudio no se limitará a un grupo de personas identificadas por su manera de vestir. Esta aclaración es necesaria hacerla, debido a que el pensamiento generalizado dentro de nuestra sociedad es que los roqueros son aquellas personas vestidas de negro, que llevan puestos cadenas metálicas, el cabello generalmente largo y muchas veces tienen algún distintivo de alguna de sus bandas favoritas. Por esta razón en este proyecto el término “roquero” será utilizado para toda persona que se interese ya sea en aprender a tocar algún instrumento, aprender más sobre el género musical Rock, asistir a una presentación artística, o que desee apoyar a algún pariente o amigo en una de estas actividades.

Como hecho importante, es necesario mencionar que en abril de 2008, mientras se realizaba un concierto de Rock en la discoteca “Factory”, al sur de Quito, murieron 19 jóvenes y otros 30 quedaron heridos. A partir de este suceso, se realizaron varias marchas a favor de la expresión cultural del movimiento roquero de la ciudad. Por parte del municipio, el alcalde y por parte del gobierno central, el Ministerio de Educación y Cultura (denominado así en el

2008), decidieron la clausura de locales, bares y conciertos que tenían vinculación con culturas urbanas, y que no reunían con las condiciones suficientes para mantener la seguridad de los ciudadanos que asistían a este tipo de eventos. Sin embargo, esta decisión fue temporal. A manera de “compensación” el gobierno junto con la alcaldía decidió brindar más apoyo a los eventos realizados por la cultura urbana roquera de Quito. <sup>14</sup>Es así que ahora los eventos roqueros cuentan con espacios, se les otorga permisos de realización y se auspicia los mismos. Los lugares con los que cuenta, y los permisos otorgados por la alcaldía de Quito contemplan la Plaza Cívica Eloy Alfaro, La Concha Acústica, El Ágora de La Casa de la Cultura Ecuatoriana, el parque Itchimbía, el Parque Inglés, entre otros lugares ubicados en barrios populares de Quito. Adicionalmente los auspicios con los que ahora cuentan varios de estos eventos son por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Jóvenes Quito, Senescyt, Ministerio del Interior, Ministerio de Cultura, Fiscalía General del Estado, entre otros.

Las características que se darán en este punto de desarrollo del proyecto, son de tipo cualitativo y en lo posible de tipo cuantitativo; se presentan a manera de inducción y aclaración sobre el enfoque que tendrá la academia de producción y enseñanza musical de Rock en Quito.

---

<sup>14</sup> [<http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/2064/3/TFLACSO-JPOG2009.pdf>]

- **CLASE SOCIAL**

De acuerdo al último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en 2010, y a la “Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico” publicada en 2011, la clasificación de nivel socioeconómico de acuerdo al nivel de ingresos y estilo de vida, va desde D como nivel más bajo, hasta A nivel más alto; como niveles de clase media se tiene C-, C+ y B.

De acuerdo a las características de cada grupo, los que más se acercan al grupo de gente que potencialmente puede gustar de la música Rock, son los niveles C- y C+. Según la encuesta mencionada, estos niveles representan cerca del 72.1% (C- representa el 49.3% y C+ representa el 22.8%) de la población quiteña, y los hogares poseen las siguientes características:

**CUADRO No. 11**

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>Clase C+</b>	<b>Clase C-</b>
Teléfono convencional	83%	52%
Refrigeradora	96%	84%
Cocina con horno	67%	84%
Lavadora	67%	48%
Promedio TV's de color	2	1
Piso de vivienda	Cerámica, vinil, baldosa	Ladrillo, cemento
Cuarto de baño	Ducha de uso exclusivo	Ducha de uso exclusivo
Internet en el hogar	39%	N/A
PC escritorio	62%	11%
PC portátil	21%	N/A
Compra vestimenta en centros comerciales	38%	14%
Usa internet	90%	43%
Correo electrónico personal	77%	25%
Página social en internet	63%	19%
Han leído libros diferentes a manuales de estudio	46%	22%
Principales puestos de trabajo	Trabajadores de servicios, Comerciantes, operadores de maquinaria	Trabajadores de servicios, Comerciantes, operadores de maquinaria, algunos inactivos
Instrucción académica del jefe de hogar	Secundaria completa	Primaria completa
Cobertura IESS, ISFA o ISSPOL	77%	48%
Seguro privado de salud	20%	6%

**FUENTE:** INEC "Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico"

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

## - INGRESOS

Para cubrir las características de los hogares, descritas anteriormente, se considera que el nivel de ingresos promedio de un hogar deberá ser de

\$700.<sup>15</sup> Esto se debe fundamentalmente a que la canasta básica en promedio se ubicó en \$572,35 en el mes de noviembre de 2011, fecha en la que se realiza la “Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico”.

## - POBLACIÓN

Realizando un análisis que se basa en la cantidad de personas que asisten a un concierto de Rock, tenemos los siguientes datos:

Asistencia al Festival QuitoFest: Promedio de 20.000 personas diarias.<sup>16</sup>

Quitofest es un festival que se lleva a cabo en la ciudad de Quito, actualmente en el Parque Itchimbia, situado en el Centro de la ciudad. Son 3 días de festival en los que se dividen las actuaciones en 3 grandes géneros musicales: Rock pesado, Rock alternativo en el que se pueden incluir subgéneros tales como: Ska, Ska-Punk, Rock-fusión y Protesta; y finalmente Hip-Hop y rap. En este evento se presentan bandas nacionales e internacionales. Para la participación de las bandas locales, se realiza una preselección en la cual las bandas envían un cd-demo con las canciones creadas por la banda. Actualmente Quitofest tiene el apoyo de entidades públicas tales como: El Telégrafo, Ecuador TV, Ministerio de Cultura y Educación, entre otros.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> [<http://www.eluniverso.com/2011/12/23/1/1356/encuesta-inec-sobre-clase-media-genera-dudas.html>]

<sup>16</sup> [[http://es.wikipedia.org/wiki/Quito\\_Fest](http://es.wikipedia.org/wiki/Quito_Fest)]

<sup>17</sup> [<http://quitofest.com>]

**CUADRO No. 12**

FUENTE: <http://radiorockonline.com/web/?p=1973>

Asistencia a la semana del Rock: Mejor promedio diario de 5.000 personas.

18

“Al Sur del Cielo” es una organización que se encarga de realizar eventos roqueros en la ciudad de Quito. Los principales son: La semana del Rock y el festival por fin de año que se lleva a cabo en la concha acústica de la Villaflora. La semana del Rock tiene como objetivo no solamente la presentación de bandas, sino también la enseñanza a través de talleres y clínicas musicales que se llevan a cabo a lo largo de esta semana. Tanto el festival de fin de año, como la semana reúne principalmente a diversas bandas de Rock pesado con géneros tales como: Heavy Metal, Black Metal, Power Metal y Thrash Metal. Casi la totalidad de las bandas que se presentan son de origen ecuatoriano, pero de diversas ciudades.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/finaliza-la-semana-del-rock-148785.html>

<sup>19</sup> <http://www.alsurdelcielo.net/>

**CUADRO No. 13**

FUENTE: <http://alsurdelcielo.net/index.php>

Desde hace 10 años “Quitú Raymi” realiza presentaciones de agrupaciones musicales de otros géneros provenientes del Rock, los cuales debido a su temática y composición musical son mucho menos comerciales que los mencionados en los párrafos precedentes. Estos géneros son: Punk y Hardcore. Se caracterizan por tener una composición musical mucho más fuerte y agresiva que las que corresponden a los géneros mencionados anteriormente. Paralelamente a las actividades relacionadas con estas presentaciones existen otras que van en contra de las corridas de toros, el aborto, las drogas, entre otras actividades. En estas presentaciones musicales existe un promedio de 3.000 personas por evento.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> [<http://www.quitu.net/>]

**CUADRO No. 14**

FUENTE: <http://musicopolis.com.ec>

Así mismo cada año se realiza otro evento de música Rock y sus diversos sub-géneros en un evento denominado Rockmiñawi. En este evento existen presentaciones de agrupaciones musicales, y también jornadas culturales en las que se tratan temas ancestrales de cultura, como por ejemplo el pasado de la cultura ecuatoriana, cuando eran los indígenas quienes tenían autoridad sobre el territorio, previa la llegada de los españoles.<sup>21</sup>

- **DISTRIBUCIÓN POR SEXO**

No existe un estudio que determine la proporción de hombres y mujeres que gusta de la música Rock, sin embargo, en un concierto de Rock, que es un escenario en el que se reúne gran cantidad de personas que gustan de este género, se puede constatar por observación, que el género masculino es predominante en número de seguidores.

<sup>21</sup> [<http://rockminawi.blogspot.com/>]

## **2 ANALISIS DEL SECTOR ACADÉMICO MUSICAL.**

### **2.1 HISTORIA DE LA MÚSICA**

Para el presente estudio es necesario hacer un breve repaso de la historia musical, debido a que nos da una idea de cómo ha ido evolucionando el concepto de música, que ha tenido el común de las personas a lo largo de los años. Desde la simple percusión en épocas primitivas, hasta la multimillonaria industria musical que existe hoy en día, a lo largo de los años la música ha influido, ya sea directa o indirectamente, la vida de prácticamente toda la humanidad.

#### **2.1.1 RESEÑA DE LA MÚSICA EN LA HUMANIDAD**

En la era prehistórica, la música estaba relacionada con los hechos vinculados a lo sobrenatural, lo supersticioso, mágico o religioso. En aquella época (tiempo desde el año 5.000 a.C. hacia atrás) el ser humano se valía primordialmente de su voz y de objetos rudimentarios, tales como huesos, conchas, pedazos de madera, entre otros, y la principal técnica de ejecución era la de percusión.

Diversos jeroglíficos de la antigüedad, muestran que existían diversos rituales de caza y de guerra, los cuales tenían como centro una fogata, alrededor de la cual danzaban y llevaban a cabo distintas manifestaciones, entre ellas varias de tipo musical. Las principales creaciones musicales de aquella época se centran en la voz del individuo.

Los primeros objetos musicales pueden clasificarse de la siguiente manera:

- 1- Autófonos: Aquellos objetos que son tomados directamente de la naturales y que con utilizados para reproducir ciertos sonidos. Por ejemplo una rama golpeada contra una piedra.
- 2- Membranófonos: Los primeros instrumentos elaborados por el ser humano. Se utilizaban membranas provenientes de animales, tales como pieles, y se las ponía sobre recipientes que actuaban como si fueran cajas de resonancias.
- 3- Cordófonos: Instrumentos que requerían de elaboración más fina. En esta clasificación se encuentran las arpas. Estos objetos son los pioneros de todos los instrumentos de cuerda actualmente conocidos.
- 4- Aerófonos: Son aquellos cuyo sonido se origina por una columna de aire, la cual produce vibraciones en las paredes del instrumento. Uno de los primeros instrumentos fue la flauta de madera.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> [[http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_de\\_la\\_m%C3%BAsica](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_m%C3%BAsica)]

Con el pasar de los siglos, las técnicas de ejecución, los instrumentos, y el conocimiento en sí, acerca de la música fue aumentando. Los primeros instrumentos musicales de los cuales se tienen datos más o menos exactos son el oboe y el arpa.

En la actualidad se conoce que alrededor del año 3.000 a.C. se elabora lo que en la actualidad conocemos como el oboe (instrumento musical de viento madera, de taladro cónico, cuyo sonido se emite por la vibración de una lengüeta doble que hace de conducto para el soplo de aire), posiblemente en las civilizaciones de Mesopotamia y Babilonia.

Cerca del año 2.000 a.C., presumiblemente en el imperio asirio se elabora el arpa (instrumentos de cuerda pulsada, compuesto por un marco resonante, y una serie variable de cuerdas tensadas entre la sección inferior y superior). Se tienen datos que la vinculan también con el imperio egipcio, aproximadamente a partir del año 1.800 a.C.

En la antigua Grecia (2000 a.C. – 500 a.C.) aparecen los bardos acompañados de la lira. Los bardos son personas que se encargan de narrar, transmitir las historias, leyendas y poemas de forma oral. La historia de este y otros pueblos contemporáneos era narrada de manera cantada mediante poemas. Conocidos también como rapsodas, su trabajo era ambulante, lo que quiere decir que aquel personaje se encontraba en las calles de la antigua Grecia. El más popular rapsoda griego, conocido hasta nuestros días, es Homero. De este autor se

conoce, lee y estudia hasta la actualidad las poesías épicas conocidas como la *Ilíada* y la *Odisea*.

Roma conquistó Grecia, sin embargo por la gran importancia y el inmenso aporte que esta segunda nación tuvo para el desarrollo del pensamiento del mundo occidental, muchas de las costumbres y creencias se mantuvieron (si bien muchas veces cambiaron de actores, las creencias eran en esencia las mismas, tal es el caso de la religión).

En Roma eran muy populares las presentaciones de comedias al estilo griego, en los teatros o anfiteatros. Entre los siglos II a.C. y I d.C. las obras teatrales-musicales más importantes eran de autores tales como: Plauto, Terencio y Séneca.<sup>23</sup>

Para aquella época eran muy pocos los personajes que dedicados al arte podían hacer de éste su medio de supervivencia. Aquellas personas dedicadas al arte, ya se éste de tipo plástico, o de tipo más intelectual, como la Filosofía, servían y eran mantenidos por el Estado. Por esta razón, en aquella época, y no es sino hasta después de muchos siglos, que se puede hablar de la música y distintas actividades al respecto, como un medio de generar ingresos, al menos en forma de un negocio.

Durante la edad media, durante el siglo VI, se consolida y evoluciona el llamado canto gregoriano, el cual es también conocido como el “prototipo de la

---

<sup>23</sup> [[http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_de\\_la\\_m%C3%BAsica](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_m%C3%BAsica)]

música cristiana”, es decir que netamente se trata de un canto religioso, el cual es utilizado en la liturgia de la iglesia Católica Romana. Este tipo de canto es llano, es decir simple, sin saltos, y ajustado a la lectura de pasajes bíblicos, por lo que se puede decir que estrictamente hablando no existe una creación musical del todo original.

Durante los siglos XI y XII se popularizan ciertas composiciones llamadas goliardas, debido a los goliardos, quienes eran los que las componían. Este término era utilizado para referirse a cierto tipo de clérigos vagabundos y rebeldes, que se dedicaron a realizar composiciones líricas en las que elogiaban el vino, la taberna, los juegos, las mujeres. La poesía de estos personajes comenzó a hacerse más popular.

A partir del siglo XVI, durante la época del Renacimiento, nace la escuela Flamenca en los Países Bajos. Este tipo de música ya no era llano y simple como el de siglos anteriores. Su composición rítmica era mucho más elaborada y rica. Paralelamente en Francia, Italia, Inglaterra, Alemania y España, se destacan diversos compositores tanto de música religiosa, como otros un poco más liberales en su composición.

Para el siglo XVII comienza la época del estilo Barroco. Dentro de este estilo sobresale la Ópera, estilo musical que sobresale por el virtuosismo en las ejecuciones vocales de canto.

En el siglo XVIII comienza la época del Clasicismo, o lo que es lo mismo decir, época de la música clásica. Se comienzan a formar distintas escuelas y orquestas musicales, con compositores famosos hasta nuestros días, tales como: Franz Joseph Haydn, Wolfgang Amadeus Mozart, Ludwig van Beethoven.

Para el siglo XIX comienza el auge de la época del romanticismo. Esta época está marcada simbólicamente por el piano que sobresale entre la orquesta sinfónica. De igual manera existen varios compositores famosos, tales como: Franz Schubert, Frédéric Chopin, Franz Liszt, Johannes Brahms.

Hasta mediados del siglo XX se daría el Posromanticismo. Este estilo musical mantiene la utilización de instrumentos de orquesta tales como el violín, el piano, el órgano, la viola, entre otros. La expresión artística de este estilo se basa en la corriente de pensamiento futurista e impresionista de aquella época. El futurismo recurría a cualquier medio de expresión; artes plásticas, arquitectura, poesía, publicidad, moda, cine y música, temas que en aquella época apenas comenzaban a vislumbrarse.

Para la segunda mitad del siglo XX y hasta nuestra época, la composición musical presenta infinidad de variaciones, combinaciones, invenciones. El surgimiento de géneros como el Jazz, el Blues, y posteriormente el Rock, cambiarían significativamente la concepción musical del mundo. Y es que mucho tiene que ver la confluencia de la revolución industrial y tecnológica, con el desarrollo musical.

No solo que la composición musical sufre cambios considerables, sino que en sí la música se vuelve una industria, y a la vez un producto. El artista ha llegado al punto de poder ser un trabajador autónomo, y como tal, encuentra la posibilidad de alcanzar su libertad financiera.

Es desde entonces, y coincide con el surgimiento y apogeo de la música Rock, que ésta se vuelve un tema de interés económico y comercial, en el que se comprometen millones de dólares (USD).

### **2.1.2 PRINCIPALES GÉNEROS MUSICALES.<sup>24</sup>**

Durante la investigación de los principales géneros musicales, se pudo notar que no existe un claro consenso en cuanto al criterio de clasificación. En ciertas Fuentes se utilizaba únicamente la composición musical como criterio para la clasificación de la música, sin embargo personalmente se consideró que en base a éste no se podían abarcar aspectos fundamentales, como por ejemplo los medios sonoros utilizados (instrumentos musicales), el público al que está dirigido o la manera de exponerlos. A continuación se expone una clasificación que se considera en la medida de lo posible, completa, y que analiza la clasificación de la música desde 4 puntos de vista.

---

<sup>24</sup> [<http://www.juntadeandalucia.es/averroes/iesmateoaleman/musica/elgeneromusical.htm>]

### 2.1.2.1 POR LOS MEDIOS SONOROS EMPLEADOS.

**MÚSICA INSTRUMENTAL:** Dentro de este grupo se encuentran aquellas obras que son interpretadas únicamente por instrumentos musicales, y que no existe ejecución vocal. Si la pieza musical es ejecutada por una sola persona, se tratará de un solista, caso contrario se denomina agrupación o conjunto musical (en la actualidad es sumamente utilizado, sobre todo para el Rock y el Pop, el término “banda”). La música clásica es un claro ejemplo de música instrumental, y a la vez puede ser ejecutada como música de cámara (en este caso se trata de un grupo pequeño de músicos sin un director, y cada uno interpreta una parte distinta de la pieza musical), o como música sinfónica (grupo grande de músicos, con un director, y en el cual por lo general existe un único solista, y no para todas las piezas musicales).

**MÚSICA VOCAL:** Se denomina así a aquella música, la cual puede ser interpretada parcial o enteramente destinada a la voz. Cuando la música es vocal, y son ningún acompañamiento, se le llama “A Capella”.

Cuando es interpretada por una sola persona se denomina solista al artista que lleva a cabo esta interpretación, cuando es un grupo puede tener varias denominaciones tales como: coro, agrupación vocal (promedio de 10 integrantes), coro sinfónico (hasta 60 integrantes),

orfeón (más de 100 integrantes); escalonía o coro de voces blancas (cuando está compuesto por niños).

**MÚSICA VOCAL-INSTRUMENTAL:** Es la combinación de la interpretación vocal junto con la instrumental (la más común en la época actual).

#### **2.1.2.2 POR LA FUNCIÓN**

**MÚSICA RELIGIOSA.** Composiciones musicales utilizadas en las ceremonias o cultos religiosos, y aquellas que son meramente alabanzas. Su función principal son la de exaltar a figuras religiosas propias de la creencia que tenga el compositor musical.

**MÚSICA PROFANA:** Es el género contrario a la música religiosa, es decir que se trata de toda composición en la que no existe la intención de exaltar alguna figura religiosa.

#### **2.1.2.3 POR LA LOS CONTENIDOS Y LA MANERA DE EXPONERLOS.**

**MÚSICA PURA O ABSTRACTA:** Es la música que se centra en el lenguaje musical (la melodía, armonía, dinámica, tímbrica, estructura, etc.), es decir que no trata de expresar más allá de lo que la interpretación musical pueda sugerir o hacer sentir al oyente. Por esta

razón puede decirse que en esta clasificación se encuentran las canciones instrumentales.

**MÚSICA PROGRAMÁTICA:** Este género musical hace referencia a una figura extramusical, y por lo general esta figura se trata de una historia o cuento, un pasaje o se inspira en algún personaje.

**MÚSICA DRAMÁTICA:** Por lo general las obras teatrales se encuentran dentro de esta clasificación, así tenemos el caso de la Ópera, género en el que el músico mediante su canto se encarga de narrar la historia o situación del personaje de dicho momento.

**MÚSICA PARA LA IMAGEN:** Es la música que acompaña a una imagen. Esto se da en el cine, en el caso de las películas, y en general en la televisión en la publicidad y los documentales.

#### **2.1.2.4 SEGÚN EL PÚBLICO A QUIEN VA DIRIGIDA LA OBRA MUSICAL.**

**MÚSICA FOLCLÓRICA O POPULAR:** Obras autóctonas de un pueblo o cultura. Esta música describe hasta cierto punto la manera de ser de un pueblo.

**MÚSICA LIGERA:** Este tipo de música se trata de géneros de moda, que tratan de llegar a las personas por su característica de producto de consumo.

**MÚSICA CULTA:** Música dirigida a un selecto público, el cual tiene mayores conocimientos sobre estructura musical, con respecto al común de las personas. Para el disfrute de este tipo de música el oyente debe conocer más acerca del entorno del músico.

### **2.1.3 GRANDES MÚSICOS DE TODOS LOS TIEMPOS.**

Es demasiado complejo intentar hablar del “mejor” músico de todos los tiempos. A criterio personal, considero que es difícil trazar pautas o normas que designen qué artista es mejor que otro. En un campo tan abstracto como el de la música, ni siquiera un factor medible, como es el dinero ganado por un artista o el número de espectadores que puede reunir en una de sus presentaciones, determina si éste es mejor o peor que otro.

Así por ejemplo tenemos que Madonna puede llenar un estadio de cerca de 70.000 personas, y por lo tanto mover una recaudación de más de USD 2'000.000 por cada una de sus presentaciones (esto considerando un promedio de USD 35 en el costo de la entrada al espectáculo); por el contrario una orquesta sinfónica en el mejor de los casos podrá reunir un total de 1.500 asistentes a un teatro y una recaudación cercana a los USD 75.000 (considerando un costo de entrada de \$50). Estos precios son de nivel

internacional, ya que si tenemos en cuenta los costos de entradas y el número de asistentes a espectáculos que se dan en la ciudad de Quito, tenemos lo siguiente: un costo promedio de entrada de USD 30 para los conciertos de música comercial y con un número de 30.000 asistentes en el mejor de los casos. Este tipo de taquilla es alcanzada cuando las presentaciones son de artistas internacionales y de música comercial, tal como lo es el Pop.

### CUADRO No. 15



FUENTE: <http://us.topnewstoday.org>

Obviamente mucho tiene que ver la cuestión del gusto al momento de determinar qué artista es considerado mejor, por lo que se traduce en un hecho sumamente subjetivo el que el público se encargue de determinar quién es el mejor, ya que si de composición musical se trata es mucho más complicado elaborar e interpretar una canción de Jazz, que una de Rock por ejemplo.

Adicionalmente a esto, se deben tener en cuenta que existen varios elementos extra-musicales que sí influyen en el gusto de los oyentes. Esto tiene que ver principalmente con la utilización de elementos visuales que llamen la atención tales como juegos de luces en el escenario, utilización de juegos pirotécnicos, llamaradas de fuego, disfraces en los integrantes de una banda, y otro tipo de detalles que llamen la atención. Sin embargo jamás estará de más el virtuosismo propio de cada uno de los artistas.

#### CUADRO No. 16



FUENTE: <http://www.metallica.com/>

Otro factor que es muy importante para considerar si un artista es de los más importantes que han existido, es la influencia que ha tenido sobre otros artistas, tanto contemporáneos, como de generaciones siguientes a la suya. Esta influencia puede ser en cualquiera de los factores ya anteriormente mencionados, es decir en su desempeño musical, en factores visuales, entre otros.

De este modo a continuación se menciona (con orden por género musical) a los artistas y los géneros (se ha tratado de categorizar en géneros que abarquen de manera amplia el contenido musical de cada uno) más influyentes a lo largo de la historia de la humanidad:

- Wilhelm Richard Wagner – Música Clásica
- Johann Sebastian Bach – Música Clásica
- Ludwig van Beethoven – Música Clásica
- Wolfgang Amadeus Mozart – Música Clásica
- Franz Joseph Haydn – Música Clásica
- Frédéric Chopin – Música Clásica
- Ray Charles – R&B, Jazz
- Little Richard - R&B, Rock and Roll
- Chuck Berry – Rock and Roll
- Elvis Presley – Rock and Roll
- The Beatles – Rock and Roll
- The Rolling Stones – Rock and Roll
- Led Zeppelin – Heavy Metal
- Black Sabbath – Heavy Metal
- Metallica – Heavy Metal
- Bee Gees – Disco
- Michael Jackson – Pop
- Madonna – Pop
- Britney Spears – Pop
- Shakira – Pop

- Juanes – Rock Latino
- Maná – Rock Latino

La lista mencionada se trata de criterio propio del autor de la presente investigación, y como se puede notar únicamente se menciona a géneros cercanos al Rock, género en el cual se centra este estudio. Obviamente cada persona que gusta de determinado género musical puede considerar que tal o cual artista ha sido el más influyente de dicho género. Esto es totalmente correcto, y no influye mayormente en el sentido de la presente investigación, por lo que no se puede realizar un análisis musical a profundidad en este aspecto.

## **2.2 HISTORIA DEL ROCK**

Para hablar de música Rock se debe retroceder hasta principios del siglo XX.

### **2.2.1 NACIMIENTO DEL ROCK COMO GÉNERO MUSICAL**

El Rock es producto de la música negra. Sus primicias se hallan en el Jazz, Blues y Gospel, los cuales fueron cambiando lo suficiente, hasta “transformarse” en Rock n’ Roll. Sin embargo no es sino hasta los primeros años de la década de 1950 que se le da este nombre, gracias a un programa radial producido por Alan Freed.

Este locutor tenía un programa radial llamado “The Moondog Show”, el cual hizo su lanzamiento oficial a nivel nacional de todo Estados Unidos, en septiembre de 1954. Sin embargo debido a que un vagabundo se hacía llamar Moondog, Alan Freed, se vio obligado a cambiar de nombre a su programa, por lo que decidió llamarlo *The Rock and Roll Show*.

Rock and Roll, en aquel tiempo no era un nombre, sino que era una expresión utilizada por jóvenes negros, que significaba en ciertos casos “pasarla bien”, y en la mayoría “tener sexo”. Pero se trataba de una expresión utilizada netamente por jóvenes de raza negra.

Hablando de una forma más amplia, en aquella época de intenso racismo, el Jazz, Blues y Gospel, eran géneros musicales conocidos como música negra, y por lo tanto se encontraba vetada, por así decirlo, de las radio emisoras “blancas”.

Alan Freed, una persona de la raza blanca, estaba arriesgando su reputación al apostar su segmento de música, a compositores negros tales como: Chuck Berry, Little Richard, Chubby Checker, entre otros. Todos estos compositores estaban enfocados en los géneros musicales mencionados en el anterior párrafo; por este motivo este locutor decidió darle un sutil cambio de nombre a estos géneros y agruparlos en uno nuevo al que denominó Rock n’ Roll.

Es en este nuevo género y justamente en el año de 1954 que se da a conocer el mundialmente famoso Elvis Presley, y con él la fiebre por este nuevo ritmo, recién descubierto, y el cual incitaba a bailar y a moverse de una manera poco

conocida en aquel entonces. Elvis promueve una nueva forma de baile, la cual de ninguna manera pasó desapercibida, ya que sus movimientos eran pélvicos, y tenían un tinte de insinuación sexual. En aquella época este fenómeno, junto con el regreso de todos los soldados que fueron enviados a combatir en la Segunda Guerra Mundial, y con el aumento del nivel de vida de los estadounidenses, hicieron que el mercado de capitales de EE.UU. se viera enormemente influido y que grandes flujos de dinero se movieran gracias a la industria del entretenimiento musical.

Desde aquella época es que comienza la música a ser un tema ya no del todo cultural como había venido siendo hasta el momento, y pasa a ser una industria más. Obviamente se debe tener en cuenta que previamente se produjo la revolución industrial, y fue ésta la que causó el cambio en la manera de vivir de las personas, en principio de EE.UU., Europa y Japón.

### **2.2.2 ¿EL ROCK ES CULTURA?**

Es amplio el debate que se ha formado alrededor de este aspecto de la música Rock. La Real Academia Española define al término “cultura” de la siguiente manera: *“Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”*

Si tenemos en cuenta este significado, claramente podemos ver que el desarrollo de la música Rock no comprende todos estos aspectos. A pesar de esto, psicólogos y publicaciones como por ejemplo la Enciclopedia de la

Psicología, de la editorial Océano, utilizan el término de cultura del Rock, diciendo claramente o dando a entender que el Rock es cultura.

Sin embargo, para el presente trabajo no es crucial el determinar si todo lo que implica la música Rock puede tratarse o no de una cultura, sino de la rentabilidad, el impacto económico, y la factibilidad en general de realizar una de enseñanza y producción musical, enfocada en el Rock.

### **2.2.3 GÉNEROS MUSICALES PROVENIENTES DEL ROCK.**

De la misma manera como se analizó anteriormente, acerca de los orígenes del Rock, así mismo de este género musical han nacido, otros géneros. Algunos son más antiguos que otros, y otros son contemporáneos.

Así tenemos el caso de estilos como por ejemplo: Reggae, Hip-Hop, Disco, Pop, Rap, Boleros, Baladas, entre otros. Incluso si se tiene en cuenta la composición musical básica del compás de 4/4, se puede considerar que del Rock también proviene la actual música electrónica. Algunos de estos estilos tuvieron su apogeo en la década de los 60 y 70, y otros como el Pop siguen teniendo una gran acogida en la actualidad; en el caso de este último, de hecho es el género que más dinero mueve tanto a nivel nacional como internacional.

#### 2.2.4 MÚSICOS ROQUEROS DESTACADOS.

A lo largo de las últimas 7 décadas, desde el nacimiento del Rock, ha habido artistas de distintos estilos dentro de la música Rock, que han destacado. Unos más influyentes que otros, y que han sido conocidos solamente por sus creaciones artísticas, sino también por sus excesos, escándalos, y en muchos casos problemas con el consumo de alcohol y sustancias estupefacientes.

Según la revista roquera con más prestigio, *Rolling Stone*, los cinco roqueros más famosos de la historia son los siguientes:<sup>25</sup>

A inicios de la década de los 50 sobresale el compositor Chuck Berry, quien con la creación de ritmos marca el paso desde la música R&B hacia el Rock, incluyendo al mismo Elvis Presley. Este último es comúnmente llamado “El Rey”. De igual manera para los años 50 Elvis hace su aparición en escena, y trae consigo un repertorio de canciones, las cuales gustarían y llegarían al público no solamente por su ritmo, sino también por la puesta en escena de este gran compositor e intérprete. Así llegaría a ser uno de los roqueros más recordados de todos los tiempos.

Otro de los roqueros más influyente y recordados es Bob Dylan. Este artista es conocido por la temática social y política de sus canciones. Sus principales obras datan de la década de los 60, época del movimiento antiguerra de varios

---

<sup>25</sup> [<http://www.rollingstone.com/music/lists/100-greatest-artists-of-all-time-19691231/the-rolling-stones-19691231>]

ciudadanos estadounidenses, que se hallaban en contra de la política de guerra tomada por el gobierno de EE.UU.

Otra de las bandas más influyentes se llama The Rolling Stones. Esta banda británica se encuentra dando shows hasta la actualidad, y se ha vuelto un ícono para muchas generaciones. Su labor musical se ha sabido mantener a través del tiempo, de hecho es tanto así que sus éxitos vienen desde sus primeros trabajos, hasta sus últimos que son tanto de recopilación, como de creación de canciones.

Pero sin duda alguna los roqueros más destacados de todos los tiempos, no solo por su música, sino también por su comportamiento, han sido los británicos The Beatles. Esto se demuestra en el hecho de que se los coloca como la banda con mayor número de discos vendidos alrededor del mundo. Además de su gran influencia social en la década de los 60. Uno de sus integrantes realizó comentarios polémicos, llegando incluso a decir que The Beatles llegaron a ser más populares que Jesucristo.

### **2.2.5 NACIMIENTO DEL ROCK EN EL ECUADOR.**

En los años sesenta comienzan a haber significativos cambios en la sociedad ecuatoriana, debido al ascenso de la dictadura militar en el Ecuador. Es un fenómeno que se produce en la región latinoamericana. El rock comienza a llegar a la gente joven de aquella época, y comienza a influir en su manera de ver y ser. Entonces aparece una figura que hasta la actualidad es un nombre

reconocido dentro de la cultura roquera, no solo quiteña, sino también ecuatoriana. El personaje se llama Jaime Guevara, apodado como “El chamo”.

Como se menciona en este mismo trabajo, es en esa época que se produce una ruptura generacional, y los jóvenes comienzan a tener una identidad propia. Este fenómeno se produce en nuestro país casi 20 años más tarde de lo que se produce en EE.UU., debido al grado de desarrollo del Ecuador, mucho menor en aquel entonces, con respecto a otros países.

Sin embargo, no se puede comparar el nacimiento del Rock en el Ecuador, con el nacimiento del mismo, pero en su país natal EE.UU. En ese país el Rock tuvo todos los medios para volverse un “producto” de consumo masivo. En la década de los 50, que es cuando nace el Rock en EE.UU., las personas que vivían en ese país gozaban de una economía excelente, en la cual podían gastar mucho más de lo que necesitaban, y es cuando entra el adolescente en la escena del consumo. Los jóvenes comienzan a tener un poder adquisitivo mucho mayor al que algún adolescente de cualquier otra época, siquiera hubiera podido soñar. El Rock movería desde aquella época.

Pero en Ecuador no sucedió lo mismo. Ecuador vive una transformación en su modelo económico en la década de los 70 (1 década más tarde de lo que ingresa el Rock en el país), con el descubrimiento y la explotación petrolera. Este fenómeno favorece a que el país atraiga inversión extranjera que se ve muy interesada en hacerse cargo de la explotación del petróleo, ya que los

países ya industrializados comienzan a tener una mayor demanda de petróleo y sus derivados.

Hasta la década del 60 el Ecuador no había sufrido mayores cambios en cuanto a lo económico, por lo tanto no se podía esperar a que el Rock se convirtiera en algo de consumo masivo, al menos no había quien tuviera dinero para gastar en él. En aquella época era muy pequeña, e incipiente la producción musical nacional, no solamente del Rock, sino de la música en general.

En resumen, para aquella época no hubiera cabido hacer un estudio como el propuesto en el presente trabajo, debido a que no había ni siquiera interés lúdico, mucho menos había un interés económico serio al respecto.<sup>26</sup>

#### **2.2.6 MÚSICOS ROQUEROS DESTACADOS EN EL ECUADOR.**

A mediados de los años setenta se formaron las primeras agrupaciones de música Rock, las cuales en principio interpretaban más canciones de otras bandas, que creaciones propias. Es desde el año de 1974 que en la concha acústica de Quito, comienzan a reunirse vez bandas roqueras tales como: “La Tribu”, “Sueño de Brahamas”, “Tárkus”, “Metamorfosis”, “Luna Llena” y “Jaime Guevara”. Por aquella época estas bandas comienzan a marcar el terreno de la escena roquera tanto en Quito, como en el Ecuador.

---

<sup>26</sup> El mundo del Rock en Quito. Pablo Ayala Román. Pág. 89-96

Para la década de 1980 aparecen bandas como Harvest, Rumbason y Mozzarella, esta última que realiza dos producciones discográficas de gran calidad llamadas “In Vitro” y “For Export”. Así mismo es en esta década que Jaime Guevara crea su disco llamado “Cantor de Contrabando”.

En la ciudad de Guayaquil se formaron agrupaciones tales como: “Equinox”, “Skálibur”, “Mandrágora” y “Postmortem”. Estas bandas tenían una fuerte influencia de “Judas Priest”, una banda británica famosa hasta la actualidad.<sup>27</sup>

Actualmente en el Ecuador existen distintas bandas de Rock que son o comienzan a ser reconocidas localmente por sectores no vinculados a alguna organización con intereses en este género. Así se tiene el caso de Basca, agrupación cuencana que fue reconocida por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito en el año 2011, como la mejor banda de Heavy Metal del Ecuador.

Así mismo en otro subgénero del Rock tenemos a la agrupación Anima Inside. Se destaca por su virtuosismo en la composición musical que realiza. Otras bandas muy conocidas y que han participado en varios eventos tanto nacionales como internacionales son Papá Changó, Sudakaya, Rocola Bacalao y Tomback.

Estas son las bandas más nombradas y reconocidas a nivel nacional. Aunque no existe la suficiente publicidad y promoción a nivel internacional para las

---

<sup>27</sup> [<http://ecuadormetal.blogspot.com/2008/12/historia-del-rock-ecuatoriano.html>]

bandas de Rock, en varias ocasiones algunas de ellas han tocado en Colombia y en Perú.

## **2.3 LAS ACADEMIAS MUSICALES.**

Desde tiempos de la antigua Grecia, comenzó la formalización de la educación, mediante la creación de las universidades. Así mismo para la educación musical nació la necesidad de formalizar la educación, y de una manera enfocada únicamente al objeto de estudio, la música. Esto se debe a que la música es un arte, que puede servirse de la ciencia para su ejecución, pero necesita un enfoque especial para poder ser aprendida.

### **2.3.1 PRINCIPALES ACADEMIAS DE MÚSICA EN EL MUNDO**

Actualmente existen una gran cantidad de academias, universidades y conservatorios de música en el mundo.

De ellas nacen los mejores intérpretes y ejecutores instrumentales del mundo, que conforman luego las grandes sinfónicas y filarmónicas de las ciudades como: San Francisco (EE.UU.), Londres (Inglaterra), Frankfurt y Berlín (Alemania), Buenos Aires (Argentina), Nueva York (EE.UU), París (Francia) entre otras.

No existe un ranking definido para todas las academias musicales alrededor de todo el mundo, únicamente existe uno a nivel de los EE.UU., en el cual figuran

universidades como: Eastman School of Music, Indiana University-Bloomington, University of Michigan-Ann Arbor, Juilliard School, Curtis Institute of Music, Berklee College of Music, entre otras.<sup>28</sup>

En cuanto a costos de educación, se tomarán como ejemplo a la escuela de música Eastman, por ser la mejor rankeada, y a la escuela Berklee, por tener nexos con una universidad quiteña (Universidad San Francisco de Quito). Actualmente el costo de Eastman es de entre \$26.400 y \$33.600 por año<sup>29</sup>, y el de Berklee es de \$15.190<sup>30</sup>.

Como referencia europea se toma a Royal Academy of Music, academia británica situada en la ciudad de Londres. En esta academia los costos están alrededor de las £18.000 (\$28.400)<sup>31</sup>.

### **2.3.2 PRINCIPALES ACADEMIAS DE MÚSICA EN QUITO.**

En la ciudad de Quito existen cerca de 15 academias que se dedican a la enseñanza musical. Esta enseñanza se centra principalmente en jóvenes talentos. Dos de estas academias ofrecen sus servicios de manera gratuita o de aporte mínimo: El Conservatorio Nacional de Música (CSNM) y la Fundación Orquesta Sinfónica Juvenil del Ecuador (FOSJE). La gratuidad de la primera institución se halla a nivel constitucional. En el segundo caso se halla bajo el auspicio del Ministerio de Educación, y los estudiantes deben cancelar \$6

---

<sup>28</sup> [<http://www.uscollegeranking.org/music/top-music-schools-ranking-in-2010.html>]

<sup>29</sup> [<http://www.esm.rochester.edu/admissions/grad/tuition/>]

<sup>30</sup> [<http://www.berklee.edu/tuition/>]

<sup>31</sup> [<http://www.ram.ac.uk/undergraduate-tuition-fees>]

como parte de su material de estudio, en cada uno de sus niveles (mensualmente en el peor de los casos). En ambos casos existe restricción en cuanto a la edad, dependiendo del instrumento que se desee ejecutar. La edad máxima para empezar el nivel más avanzado, es de 20 años. Es importante señalar que estas dos academias ofrece la enseñanza de instrumentos enfocada a la ejecución de instrumentos de cámara, es decir que los estudiantes se preparan para tocar en orquesta sinfónica, o música de cámara, obviamente sin que esto impida la independencia musical de cada uno de sus estudiantes.

En promedio el resto de academias musicales bordean los \$150 mensuales más la inscripción que tiene un similar monto. Por ejemplo el conservatorio Mozarte ofrece clases personalizadas; 18 horas mensuales a un costo de \$340.

La Sinamune ofrece clases y terapia musical a niños con discapacidades.

Otras academias reconocidas dentro de nuestro medio son: Conservatorio Franz Liszt, George Gershiwin, entre otros.<sup>32</sup>

Existen varios artistas independientes (profesionales o amateurs) que ofrecen sus servicios para enseñar la ejecución de un instrumento. En varios casos ofrecen sus servicios a un costo de \$5 por hora.

---

<sup>32</sup> [<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/academias-de-musica-en-auge-417449.html>]

## **2.4 LOS ESTUDIOS DE GRABACIÓN.**

Conjuntamente con la enseñanza musical, el presente proyecto tiene como finalidad aprovechar las instalaciones y equipos que posea la academia, para poder llevar a cabo proyectos musicales, tales como la grabación de un cd.

Luego de analizar la capacidad y el nivel en el que se halla un estudiante y/o banda, se le ofrecerá la posibilidad de grabar “demos” (material discográfico de muestra para promocionar a una banda de música en bares, discotecas, restaurantes, etc.).

### **2.4.1 PRIMEROS ESTUDIOS DE GRABACIÓN EN EL MUNDO.**

Los primeros registros de una grabación sonora, se los tiene del año de 1860. En este año se realizó la primera grabación de tipo sonora, en el fonógrafo, de Leon Scott. En 1877 Thomas Edison crearía el fonógrafo, el cual se convertiría en el primer aparato comercial en poder grabar y reproducir sonidos. Luego vendría gramófono, invento que dejaría en el olvido al fonógrafo. En estos aparatos podía registrarse cualquier tipo de sonido, pero debido a su precariedad tecnológica, las grabaciones no tienen comparación con las que actualmente se realiza.<sup>33</sup>

Cerca del año 1940, con la invención del magnetófono de bobina abierta, se llegaría a hacer las primeras grabaciones de calidad y de extensa duración. Desde esa época se tiene el primer precedente de una grabación multipista.

---

<sup>33</sup> [[http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_del\\_registro\\_del\\_sonido](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_registro_del_sonido)]

Este tipo de grabación es la que se utiliza hasta la actualidad, y consiste en grabar cada uno de los instrumentos de una banda, por separado, para luego unirlos sobre una misma pista. A este proceso, se le llama doblaje, y en aquella época la grabación se hizo sobre discos maestros de cera rígida.

Luego vendría el disco de vinilo, luego las cintas magnéticas (casete) y finalmente el Disco Compacto, CD (Por sus siglas en inglés).

En 1958, la disquera Atlantic Records, se convirtió en la primera en instalar un magnetófono de 8 pistas en su estudio de grabación, por lo que puede decirse que este fue el primer estudio de grabación multipista (y por lo tanto un estudio de grabación musical como hoy lo conocemos).

La expansión de este tipo de tecnología se logró en la década de los 60, con el uso continuo por parte de bandas de Rock como The Beatles y Beach Boys. Estas bandas marcarían la tendencia de trabajar con este tipo de tecnología, la cual con el pasar de los años se iría adaptando a nuevas tecnologías, pero mantendría sus principios de funcionamiento básico.

#### **2.4.2 PRINCIPALES ESTUDIOS DE GRABACIÓN EN QUITO.**

Actualmente en Quito existe una gran cantidad de estudios de grabación. Varios se dedican al negocio de la grabación musical de una manera profesional, mientras que otros puede decirse que son semiprofesionales, y esto se presenta principalmente en las grabaciones de la música Rock. En muchos

casos los discos de bandas locales son grabados de una manera más o menos empírica, y en instalaciones que no han sido creadas exclusivamente para dicho fin, de hecho en muchos de los casos se trata de adecuaciones realizadas en casas de músicos activos o retirados.

Muchas veces las primeras grabaciones de las bandas de Rock, son realizadas en monopista (justo lo contrario al concepto de multipista, es decir que se graba a todos los instrumentos de la banda), con instrumentos de baja calidad y con un trabajo mínimo de remasterización y arreglos de sonido.

Uno de los estudios de grabación más conocidos en Quito es “Estudio Semifusa”. Los servicios que se ofertan en este lugar son: grabaciones de discos compactos para bandas o solistas, cuñas de radio, sonorización para video, salas de ensayo, clases personalizadas, entre otros.<sup>34</sup>

Otro estudio de grabación importante, aunque se encuentra en Ambato, es Studio Records. Actualmente es uno de los estudios más completos, que cuenta con equipos de alta calidad. Así mismo ofrecen servicios de grabación de discos completos, ediciones, mezclas, remasterizaciones, entre otros.<sup>35</sup>

En general existe un gran número de estudios de grabación y de ensayo que ofrecen sus servicios en Quito. Ninguno se centra principalmente en un género musical, como el presente proyecto.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> [<http://www.semifusa.ec/index.php/estudio-de-grabacion>]

<sup>35</sup> [<http://estudiodegrabacion.weebly.com/index.html>]

<sup>36</sup> [<http://www.tocadas.com/estudios.html>]

### **3 ESTUDIO DE MERCADO.**

El presente estudio de mercado tiene como finalidad responder a preguntas acerca de cuál es el mercado al cual se ofrecerán los servicios de la academia musical, cuál es la aceptación que los servicios tendrán dentro de la población quiteña, y cómo se analizará la oferta versus la demanda real existente.

Este capítulo permitirá identificar las características y especificaciones de los servicios que se ofrecerán, el número de clientes que la academia tendría en la ciudad de Quito, y el número de músicos, amateurs o profesionales, que estarían dispuestos a acceder a los servicios ofrecidos por la misma.

Estas interrogantes sentarán un precedente en el cual se aclare si el presente proyecto es viable tanto en términos de mercado, como en términos financieros, para así justificar la inversión a realizar.

### **3.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

El presente análisis tiene como objetivo determinar la necesidad de un sector de la población quiteña, para obtener los servicios ofrecidos por la academia musical.

Indudablemente que en la población quiteña encontraremos a personas de todas las edades, que formaron su propia banda de Rock, pero que por distintas razones, el desenvolvimiento normal de su pasatiempo se vio interpuesto con demasiadas trabas o en ocasiones interrumpido. Existe un sector de la población que gusta del Rock, pero no cuenta con los conocimientos suficientes o con la infraestructura necesaria para llevar a cabo su continua práctica.

Se buscará determinar el número de personas dispuestas a adquirir los servicios prestados por la academia. Se considerarán factores demográficos y sociales para determinar los clientes potenciales. Adicionalmente se investigará la frecuencia con la que el mercado objetivo realiza prácticas musicales, la predisposición a recibir educación especializada y asesoría, los días y horarios de su preferencia, y los precios que estarían dispuestos a pagar por los servicios ofertados.

### **3.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA**

El análisis de la oferta busca saber si el servicio que se va a introducir en el mercado va a tener una oferta adecuada para abarcar el número de demandantes del mismo. Así mismo se determinará si los servicios cubren tanto las necesidades, como las características deseadas por el público. Actualmente no existe en Quito, ni en Ecuador

una academia con las características propuestas. Bandas de distintos subgéneros dentro del Rock, tienen que ingeniárselas para poder mejorar su técnica, buscar donde ensayar, buscar lugares para presentarse, y los medios para poder hacer sostenible su labor.

Se propone la educación y preparación musical, como una alternativa sana de esparcimiento por un lado, y por otro lado la posibilidad de hallar talentos escondidos que mediante la especialización del mismo, puedan hallar en el Rock una forma de expresión cultural y un aporte a la economía de nuestra ciudad.

Si bien es cierto, actualmente existen diversas alternativas para la difusión musical, cultural y lúdica de la ciudad, como por ejemplo conciertos de géneros distintos al Rock y con gran acogida del público quiteño, discotecas, bares, teatros y cines, en los que existe gran cantidad de personas que invierten su tiempo y dinero, no se puede desconocer la existencia de un sector de la población, muchas veces visible únicamente en conciertos de Rock, el cual gusta de este género, y que se mantiene al margen de sentirse caracterizado (muchas veces estigmatizado) por llevar vestimenta negra y con artículos metálicos. Dicho en otras palabras, no se puede determinar que las personas que tendrán interés por los servicios que prestaría la academia, serán únicamente aquellas que comúnmente han sido catalogadas como roqueras por llevar el cabello largo y vestir de negro. No todas las personas que gustan del Rock pueden sentirse identificados con el término roquero, ni con las características que comúnmente se les ha asociado, sin embargo, sí pueden sentir interés por los servicios propuestos para la academia y podrían considerar a la misma como un medio de preparación ya sea para sí, o para alguien allegado.

Por estos motivos el proyecto de la academia de producción y enseñanza musical de Rock en Quito, será una institución única que ofrecerá servicios con expectativas de crecimiento y visión para la innovación.

### **3.3 SEGMENTACIÓN**

La academia buscará un grupo de clientes potenciales que sientan real interés por pertenecer a la misma, que tengan la posibilidad económica y de decisión para ser un miembro continuo.

#### **3.3.1 MACROSEGMENTACIÓN**

Consiste en la división del mercado en segmentos con características comunes y generales. Para el actual trabajo se considerarán las siguientes 3 variables: la ubicación geográfica, el tipo de cliente y el grupo objetivo.

##### **i. Ubicación geográfica**

Las instalaciones de la academia se encontrarán en el sector de La Mariscal, cerca a la PUCE, entre las calles Av. Patria y Veintimilla en sentido Norte-Sur, y entre la Av. 12 de Octubre y Av. 6 de Diciembre en el sentido Este-Oeste.

Es un sector neurálgico, de gran confluencia y estratégico, al cual acceden personas provenientes del Norte, Centro y Sur de Quito, así como del Valle

de Tumbaco. Es decir que desde este punto de la ciudad se tiene la posibilidad de llegar a personas provenientes de los distintos barrios y sectores de Quito.

## **ii. Tipo de cliente**

La academia ofrecerá cursos básicos y avanzados por cada uno de los instrumentos musicales esenciales para la ejecución de la música Rock, es decir: bajo, guitarra, teclados, batería y voz. Si bien no se hará distinción por género (sexo) de los integrantes de cada uno de los cursos, se distinguirá entre dos tipos principales de clientes: amateurs y profesionales.

Como amateurs se define a aquellas personas que desean hacer de la música un pasatiempo, es decir que si bien dedican su tiempo al aprendizaje y ejecución de un instrumento, no lo hacen con el objetivo de hacerlo su principal actividad.

Los clientes que se definen como profesionales son aquellos que hacen de la práctica musical su actividad principal, ya sea que vivan o no de la misma. Es necesario aclarar esta última declaración, ya que en un mercado como el nuestro es difícil encontrar músicos que interpreten canciones de Rock, y que vivan principalmente de esta actividad.

Dentro de los clientes de perfil profesional, existirán a la vez dos segmentos: con potencial de desarrollo y de especialización. Se define como una

persona con potencial de desarrollo a aquella que debido a su gran habilidad y virtuosismo para realizar una interpretación y ejecución musical, es muy probable que haga de la actividad musical su principal Fuente de ingresos y de satisfacción personal.

Dentro del segmento de especialización se encuentran las personas que voluntaria y conscientemente se vienen dedicando a la actividad artística-musical. En este caso no se clasificará por el tiempo que los artistas lleven en la actividad musical, pero sí se tomará en cuenta que el servicio ofrecido por la academia, en este caso, viene a asemejarse mucho más a una asesoría.

### **iii. Grupo Objetivo**

El tamaño variará dependiendo del tipo de cliente que sea. Así tenemos que si se trata de amateurs, es mucho más probable que el grupo sea bastante amplio, ya que en este segmento se encontrarán niños y adolescentes, los cuales debido al hecho mismo de su edad, y que dependen de sus padres económicamente y para tomar decisiones, es posible que aún no hayan contemplado siquiera la profesionalización de su talento. En este grupo también se encontrarán aquellas personas que deseen hacer de la ejecución musical un pasatiempo.

El grupo de profesionales será ostensiblemente más reducido que el de amateurs debido a que, en primera instancia implica que la persona haya decidido hacer de la música su principal actividad. En nuestro medio, como

se analizó en el segundo capítulo del presente proyecto, el desarrollo de la industria musical en general es reducido, y en el caso del género musical Rock es incipiente. A este riesgo deberá enfrentarse toda persona que desee convertirse en músico profesional.

Las personas con potencial de desarrollo, en principio, se encontrarán dentro de la categoría de amateurs. Es muy probable que este grupo esté compuesto principalmente por niños y adolescentes, por este motivo, hasta que la persona no haya cumplido la edad suficiente, o sus representantes hayan expresado abiertamente y aceptado las obligaciones que implican la profesionalización de su representado, se le mantendrá en esta categoría. De igual manera se considera que el grupo con potencial de desarrollo sea reducido con respecto al resto de amateurs.

### **3.3.2 MICROSEGMENTACIÓN**

Este método dividirá al mercado en base a las personas que tomarán la decisión de acceder a los servicios de la academia.

El objetivo de delimitar el mercado al cual se dirige, es establecer los esfuerzos que se dedicarán a cada uno de los segmentos a los cuales se enfoque la academia. Se considerarán dos variables: segmentación demográfica y segmentación psicográfica.

**i. Segmentación demográfica.**

La academia está dirigida a hombres y mujeres de 5 a 40 años de edad, que residan en la ciudad de Quito, en el sector urbano y valles aledaños, que pertenezcan a un estrato económico-social medio (sector alto también de ser el caso), y que gusten de la música Rock.

Será necesario aclarar que en el presente trabajo, se considerará que la clase media de la ciudad de Quito posee un nivel de ingresos superior a los \$700 mensuales.<sup>37</sup>

**ii. Segmentación psicográfica.**

Para el presente proyecto se buscarán las motivaciones que existen en las personas para aprender teoría musical y ejecutar instrumentos musicales, con énfasis en el género Rock. Esta segmentación tomará en cuenta 2 variables: personalidad de los clientes y los motivos para adquirir los servicios ofertados por la academia. La personalidad de los roqueros se ha analizado principalmente en proyectos realizados por parte de estudiantes de Ciencias Sociales. Para el presente proyecto se ha tomado como referencia el trabajo titulado “IDENTIDAD, GLOBALIZACIÓN Y ESTADO: EL CASO DE LOS JÓVENES ROQUEROS EN QUITO”, realizada por Juan Pablo Ochoa Garcés, perteneciente a la “FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES”. Esta segmentación

---

<sup>37</sup> [<http://www.eluniverso.com/2011/12/23/1/1356/encuesta-inec-sobre-clase-media-genera-dudas.html>]

es importante para determinar el comportamiento que tendrán como colectivo los roqueros, quienes son el grupo de interés de la presente investigación. La personalidad permitirá determinar en cierto modo prever la actitud general de este grupo hacia determinadas situaciones, lo que consecuentemente lleva a la motivación para adquirir ciertos servicios y productos.

- **Personalidad**<sup>38</sup>

La academia entiende que al tratarse de personas que enfocan parte de su tiempo en el aprendizaje y producción musical, con una preferencia por el género musical Rock, se encontrará con diversos caracteres, los cuales estarán marcados principalmente por la rebeldía y la libertad de pensamiento, conceptos que básicamente forman la filosofía de quienes dicen gustar del Rock. Debe entenderse que se tratan de conceptos totalmente abstractos y dependientes del sujeto que los considera o que dice vivirlos, por lo que se encontrarán diversas manifestaciones de los mismos, tales como: cabello largo, tatuajes, piercings, vestimenta oscura o con influencia de colores y tonos militares, en señal de rebeldía; sin que esto descarte la posibilidad de tener a gente que no tenga ninguna de estas características descritas.

En base a la asistencia a diversos conciertos de Rock, básicamente se pueden identificar 3 tipos generales de personalidad entre los asistentes:

---

<sup>38</sup> IDENTIDAD, GLOBALIZACIÓN Y ESTADO: EL CASO DE LOS JÓVENES ROQUEROS EN QUITO, Tesis FLACSO, Autor JUAN PABLO OCHOA GARCÉS.

Se encontrarán con personalidades introvertidas, que si bien pueden no tener conflictos de tipo social, si pudieran tener un nivel de aislamiento del resto de la sociedad, ya sea por el sentimiento de sentirse o quererse sentir distinto, algún tipo de estigmatización, o simplemente cuestión de temperamento.

Así mismo existirán otro tipo de personalidades mucho más extrovertidas, las cuales buscan expandir su filosofía y convencer a quienes están a su alrededor de que no existe una relación directa entre el gusto por el Rock y el gusto por las drogas, sino un deseo de expresión cultural y musical. Este es el principal y potencial sector al que la academia se enfocaría, ya que por características se trataría de una personalidad mucho más estable, motivada y madura.

Finalmente, encontramos que existe un sector más indiferente hacia el pensamiento de los demás, y varias veces hasta parece irse en contra de la sociedad y el sistema establecido.<sup>39</sup>

- **Motivos de adquisición de un servicio.**

El motivo de la adquisición de un servicio depende básicamente de la persona que lo está adquiriendo. Sin embargo, entre los motivos de compra generales pueden identificarse: el deseo de aprender a ejecutar

---

<sup>39</sup> González, Daniel, 2004, "Rock, identidad e interculturalidad. Breves reflexiones en torno al movimiento rockero ecuatoriano", en ÍCONOS No. 18, Flacso-Ecuador, Quito, pp. 33-42.

un instrumento musical o aprender a cantar, la búsqueda de reconocimiento que tiene un músico al mejorar su técnica y composición musical, o en el caso de principiantes el deseo de llegar a ser famoso.

Para quienes quieren hacer de la ejecución musical un pasatiempo, un factor motivante puede ser por sí mismo el hecho de ejecutar un instrumento musical, ya que éste implica la estimulación del gusto y del placer producido por la música como tal.

Uno de los objetivos de la academia es el de ayudar a sus integrantes a identificar cuál es el motivo de su deseo de aprendizaje, para así poder proporcionar una guía que facilite la captación de conocimientos, ayude al bienestar del estudiante, y finalmente garantice la permanencia y fidelidad del mismo a largo plazo.

Estos factores, junto con un precio adecuado al segmento dirigido, permitirán que los músicos profesionales y amateurs no tengan inconvenientes en acceder a los servicios ofertados.

### **3.4 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA OBJETIVA**

El objetivo de esta parte del estudio es determinar el tamaño del mercado al cual se enfocará la academia.

Para la obtención de estos datos se recurrió a la página web del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) <sup>40</sup>, y de diario El Universo. <sup>41</sup>

Se partió del total de habitantes del DMQ, y posteriormente se fue segmentando la población de acuerdo a las características demográficas anteriormente establecidas.

### CUADRO No. 17

HABITANTES D.M. QUITO			DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA	
Descripción	Habitantes	% con respecto al Total de población	Habitantes según % resultante segmentación	% resultante segmentación
Población del Cantón Quito <sup>(*)</sup>	2.239.191	100%	2.239.191	100%
Población Sector Urbano <sup>(40)</sup>	1.619.146	72%	1.619.146	72%
Personas estrato económico - social medio y alto <sup>(41)</sup>	1.865.246	83%	1.348.749	60%
Personas entre 4 a 45 años <sup>(40)</sup>	1.383.998	62%	833.634	37%

(\*) Incluye zonas periféricas

**FUENTE:** INEC

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

Si se toman en cuenta únicamente los factores demográficos y geográficos, para la determinación de la demanda, tendríamos que la demanda establecida es de 833.634 personas que representan el 37% del total de la población del D.M. de Quito (Porcentaje de proporción acumulado).

<sup>40</sup> [<http://geoinfo.quito.gob.ec/index.php>]

<sup>41</sup> [[www.eluniverso.com/2011/12/23/1/1356/encuesta-inec-sobre-clase-media-genera-dudas.html](http://www.eluniverso.com/2011/12/23/1/1356/encuesta-inec-sobre-clase-media-genera-dudas.html)]

Como referencia del número de personas que poseen las características psicográficas mencionadas, se utiliza el promedio del total de asistentes a los conciertos de Rock de grandes bandas tales como: Bon Jovi, Aerosmith, Guns n' Roses, Ozzy Osbourne y Iron Maiden; se toma esta cifra como un referente para determinar la población que gusta del Rock, ya que se entiende que quienes van a este tipo de eventos están relacionados con este sector de la población. Adicionalmente se estima que a los conciertos de grandes bandas internacionales hayan asistido al menos una vez, personas que gusten o se sientan identificadas con el género musical Rock.

Así tenemos que el número aproximado de asistentes a estos conciertos son los siguientes:

**CUADRO No. 18**

<b>Artista</b>	<b>Asistentes</b>	<b>Artista</b>	<b>Asistentes</b>
<b>Bon Jovi:</b>	37.000 <sup>42</sup>	<b>Iron Maiden:</b>	26.000 <sup>43</sup>
<b>Aerosmith:</b>	40.000 <sup>44</sup>	<b>Nightwish:</b>	1.500 <sup>45</sup>
<b>Guns n' Roses:</b>	36.000 <sup>46</sup>	<b>INXS:</b>	8.000 <sup>47</sup>
<b>Ozzy Osbourne:</b>	10.000 <sup>48</sup>	<b>Def Leppard:</b>	8.000 <sup>49</sup>

**FUENTE:** Varias

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

<sup>42</sup> [[http://es.wikipedia.org/wiki/Estadio\\_Ol%C3%ADmpico\\_Atahualpa#cite\\_note-81](http://es.wikipedia.org/wiki/Estadio_Ol%C3%ADmpico_Atahualpa#cite_note-81)]

<sup>43</sup> [<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/iron-maiden-ofrece-concierto-en-quito-337901.html>]

<sup>44</sup> [[http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-cultura-ecuador/cultura-ecuador/ir\\_a/analisis/article//aerosmith-inmortalizo-su-musica-en-quito.html](http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-cultura-ecuador/cultura-ecuador/ir_a/analisis/article//aerosmith-inmortalizo-su-musica-en-quito.html)]

<sup>45</sup> [<http://www.eluniverso.com/2004/12/11/0001/259/CA082E1B75C84183B4DA04536F189929.html>]

<sup>46</sup> [[http://es.wikipedia.org/wiki/Estadio\\_Ol%C3%ADmpico\\_Atahualpa#cite\\_note-81](http://es.wikipedia.org/wiki/Estadio_Ol%C3%ADmpico_Atahualpa#cite_note-81)]

<sup>47</sup> [[http://es.wikipedia.org/wiki/Coliseo\\_General\\_Rumi%C3%B1ahui](http://es.wikipedia.org/wiki/Coliseo_General_Rumi%C3%B1ahui)]

<sup>48</sup> [[http://www.teleamazonas.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10832:el-qchulla-quitenoq-una-de-las-sorpresas-en-el-concierto-de-ozzy-osbourne&catid=59:entretimiento-farandulacional&Itemid=92](http://www.teleamazonas.com/index.php?option=com_content&view=article&id=10832:el-qchulla-quitenoq-una-de-las-sorpresas-en-el-concierto-de-ozzy-osbourne&catid=59:entretimiento-farandulacional&Itemid=92)]

<sup>49</sup> *Ibíd.*

En los últimos años (desde 2.009) han llegado a Ecuador, específicamente a la ciudad de Quito bandas de gran renombre internacional tales como: Korn, Miley Cyrus, Jonas Brothers, entre otras. De la misma manera recientemente (Octubre de 2012) se presentó la banda estadounidense de pop Simple Plan, la cual se encuentra en lo alto del mundo de la música internacional. Para la segunda semana de noviembre de 2012 se confirmó la presentación del artista internacional roquero Marilyn Manson, lo cual genera expectativa de los siguientes conciertos que puede haber en la ciudad de Quito.

El promedio de asistentes a los primeros 5 conciertos de los enlistados, es de 29.800 personas. Se toman en cuenta los primeros 5 conciertos debido a que son los que mayor interés e impacto generaron en la escena roquera de Quito y de Ecuador. De este promedio se toma el 90%, y tenemos un total de 26.820. Se toma únicamente el 90% del promedio total de asistentes a estos conciertos, debido a que en ellos también hay personas que se trasladan de distintas ciudades del Ecuador hacia Quito por motivo del concierto. El 90% ha sido tomado a discreción.

El total de 26.820 se lo multiplica por el factor obtenido de la segmentación psicográfica (37%), y tenemos que la demanda establecida es de 9.923 personas del total del D.M. de Quito urbano.

### 3.5 METODOLOGÍA INVESTIGATIVA

#### 3.5.1 Diseño de instrumentos de investigación

##### i. Focus Group

El focus group permite reunir a personas con distintos puntos de vista, para recopilar información que aporte al desarrollo del plan de Marketing de cualquier proyecto, en el presente caso, el de la academia. De igual modo se pretende hallar pistas o información sobre posibles productos y servicios que la academia podría llegar a desarrollar gracias a las necesidades identificadas por las personas con interés en la labor de la academia musical.

##### - **Objetivo**

Identificar las expectativas y necesidades de los potenciales clientes de la “ACADEMIA DE PRODUCCIÓN Y ENSEÑANZA MUSICAL DE ROCK EN QUITO”, las cuales aporten información útil para el análisis de la factibilidad y sostenibilidad de la mencionada academia.

##### - **Fecha y lugar**

El Focus Group se realizará el día domingo 22 de julio del 2012 a las 15:00 en el Condominio Sierra Hermosa ubicado al norte de Quito en las calles Cedros y Pedro Boto.

- **Duración**

1 hora aproximadamente.

- **Moderador**

El moderador seleccionado para el Focus Group es Israel Fernando Domínguez Romero por su conocimiento q investigación en temas relacionados con el mundo de la música, especialmente el género Rock, en la ciudad de Quito.

- **Participantes**

Los participantes del Focus Group tendrán entre 20 y 32 años, la mayoría vive en el Norte de Quito, con lo que pretende conformar un grupo que cuente con las características descritas en la macro y la micro-segmentación. Los participantes serán:

Sophia Robayo	22 años	Norte de Quito
Karen Flores	22 años	Norte de Quito
David Mora	24 años	Sur de Quito
Francisco Hidalgo	30 años	Norte de Quito
David Bravo	20 años	Norte de Quito
Frank Guerrero	32 años	Norte de Quito
Cristian Flores	24 años	Norte de Quito

Jorge Navarrete

24 años

Norte de Quito

Todos los participantes tienen un nivel de ingresos medio – alto.

- **Guía de animación**

La guía de animación permitirá, tanto al moderador como a los participantes, conocer los alcances y parámetros del Focus Group.

- **Introducción**

- Agradecer a los participantes por su presencia.
- Presentación del moderador.
- Notificar que se grabará todo el encuentro.
- Breve descripción de los objetivos del Focus Group.
- Descripción de la dinámica y duración de la sesión.
- Establecer normas de respeto hacia los diversos criterios que serán emitidos, así como para cada uno de los participantes.
- Presentación de los participantes.

- **Preguntas Generales**

- ¿Quiénes gustan de la música Rock? ¿Ejecutan algún instrumento musical? ¿Con qué frecuencia? ¿Por qué?
- ¿Pertenece a alguna banda musical? ¿Tienen conocidos que tengan una?
- ¿Acostumbrar a asistir a conciertos de Rock? ¿Con qué frecuencia?

- **Preguntas Específicas**

- ¿Qué opinan acerca de una academia musical que se enfoque en la enseñanza del género musical Rock? ¿Qué ideas les vienen a la mente?
- ¿Cómo lo definen al Rock, o lo diferencian de otro estilo musical? ¿Por qué?
- ¿Tienen conocimiento teórico o práctico de los siguientes instrumentos musicales? ¿Cuáles les gusta o llama su atención? ¿Por qué?:

Guitarra

Bajo

Batería

Canto

Teclados (Piano/ sintetizador)

- ¿Cuáles de estos instrumentos mencionados estarían dispuestos a aprender y practicar? ¿Dónde? ¿Por qué?
  
- ¿Qué opinión tienen acerca de contar con un espacio físico en el que se pueda aprender, repasar y grabar este tipo de instrumentos con su propia banda, o con otras personas que compartan el gusto por la música Rock?
  
- ¿Cuánto estarían dispuesto a pagar? ¿Pagos esporádicos o periódicos?
  
- **Resultados**

De los entrevistados, 3 de ellos tienen actividad musical frecuente, y el resto siente interés por la música y asiste continuamente a conciertos, de varios géneros, incluyendo Rock.

Los participantes estuvieron de acuerdo en la necesidad de una academia que se especialice en el género musical Rock, debido a la falta de desarrollo técnico-musical del mismo. Consideran que Quito es una

ciudad apta para tener una academia con las características descritas y con los servicios propuestos por “Rockin’ Quito”.

Actualmente la ciudad presenta un mayor desarrollo urbano que años anteriores, y la construcción y adecuación continua de lugares donde se puedan llevar a cabo actividades culturales y artísticas, fueron puntos continuamente tratados por los participantes. Se mencionó la importancia que la alcaldía de Quito ha dado en los últimos años a los eventos culturales, especialmente en los meses de Agosto y Diciembre. Según los participantes esto beneficia a la creación de una academia que centre su atención en un grupo que con el tiempo se ha ido consolidando como una cultura urbana importante y con bastantes adeptos.

Los participantes consideran que las personas que sienten interés por el género musical Rock, no solo son aquellos que comúnmente se los ve vestidos de negro, sino que hay muchas personas que aunque no vistan así sienten un verdadero interés, y son seguidores de este género musical.

Además se discutió de lo difícil que es catalogar un sub-género musical dentro del Rock, y de la importancia de la aparición de nuevos géneros y nuevas bandas. Sin embargo, los participantes consideran que la academia deberá abarcar a todos o casi todos los sub-géneros que existen y que vayan apareciendo.

## - Conclusiones

La creación de una academia de producción y enseñanza musical de Rock, en la ciudad de Quito es favorable dadas las circunstancias locales del mercado y la predisposición existente actualmente por parte de las personas que gustan del Rock.

Para que las actividades de la academia tengan éxito y lleguen a la mayor parte de personas que gustan del Rock, deberán ser diversas y abarcar a la mayor parte de los sub-géneros existentes, para así captar el mayor número de clientes, y a lo largo del tiempo expandir el alcance de dichas actividades.

La publicidad de la academia será un factor determinante, porque la misma debe darse a conocer y generar un “Top of Mind” en los consumidores y potenciales consumidores.

La academia se deberá convertir en un referente de la escena roquera de Quito, y considerar la posibilidad de crear franquicias, para que con el tiempo se creen otras academias con las mismas actividades en distintas ciudades del Ecuador, y si es posible en otros países de la región.

Es importante que la academia cuente con profesores altamente capacitados que tengan un conocimiento técnico-musical de gran calidad.

## ii. Encuesta

En la determinación de la demanda objetiva se estableció que para el presente trabajo la demanda es de 9.923 personas. De este número se tomará una muestra (una parte del total de la demanda determinada) a la que se le aplicará la encuesta. Para determinar el tamaño de la muestra se ha utilizado la siguiente fórmula estadística, que tiene gran aplicabilidad para la elaboración de plan de negocios:

$$n = \frac{Z^2 * \delta^2 * N^2}{Z^2 * \delta^2 + e^2 * (N - 1)}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Valor del nivel de confianza

$\delta$  = Varianza

N = Población

e = Error en la muestra

El valor de nivel de confianza se lo ha determinado en un 95% (valor para Z de 1,96), y el error en la muestra de 6%. Estos son valores estadísticos comúnmente utilizados y que se consideran de un riesgo razonable. En el caso del error en la muestra, se ha tomado un valor de 6% debido a que las encuestas se las ha realizado en conciertos, y a personas de las cuales previamente se tenía conocimiento de su gusto por la música Rock, por lo

que de esta manera se estaba asegurando que la encuesta llegaría a parte de la población. Para el valor de la varianza se ha tomado 0,5, el cual estadísticamente se considera conservador para esta variable.<sup>50</sup>

Remplazando los valores en la fórmula se tiene:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5^2 * 9923^2}{1,96^2 * 0,5^2 + 0,06^2 * (9923 - 1)} = 235$$

El total de encuestas a realizarse, por lo tanto es 235.

En el Anexo 1 se presenta la encuesta utilizada para realizar el estudio de mercado.

---

<sup>50</sup> [<http://personal.us.es/vmanzano/docencia/analisis/docs/nMuestra.pdf>]

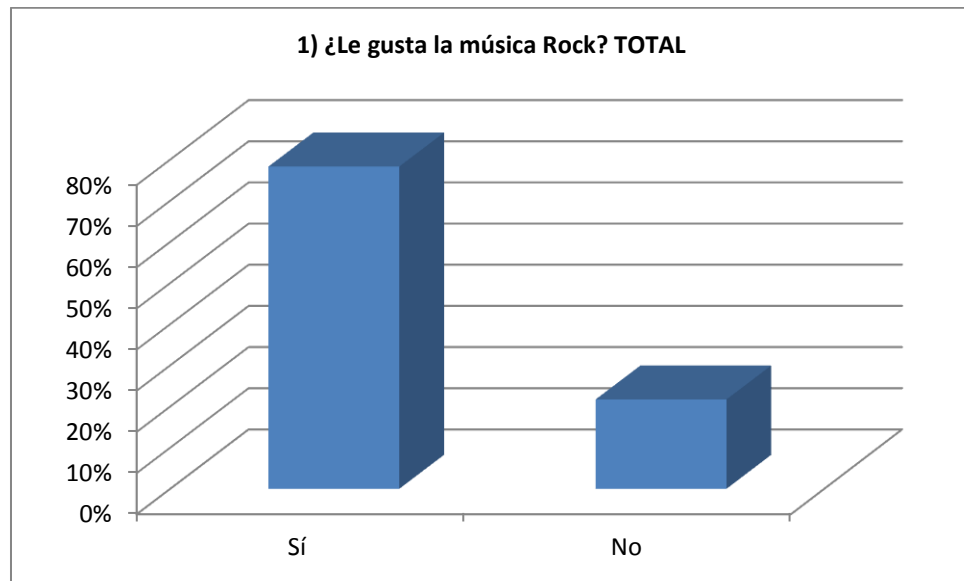
- **Análisis y conclusiones de la encuesta**

**Pregunta No. 1. ¿Le gusta la música Rock?**

**CUADRO No. 19**

	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE											
			HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001	
Respuesta	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Sí	184	78%	133	80%	37	54%	10	71%	60	76%	53	76%	28	68%	13	65%	6	55%	23	66%	51	66%	56	75%	30	39%	10	83%
No	51	22%	34	20%	31	46%	4	29%	19	24%	17	24%	13	32%	7	35%	5	45%	12	34%	26	34%	19	25%	6	8%	2	17%
TOTAL	235	100%	167	100%	68	100%	14	100%	79	100%	70	100%	41	100%	20	100%	11	100%	35	100%	77	100%	75	100%	36	47%	12	100%

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 20**

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

Del total de encuestados (235 personas), 184 personas que representan el 78% respondió que le gusta la música Rock. Del total de personas que respondieron afirmativamente que sí les gusta la música Rock, 141 personas que representan el 76%, se encuentran entre los 19 y 40 años. En principio, este sería el grupo de edad al que la academia debería centrar su atención.

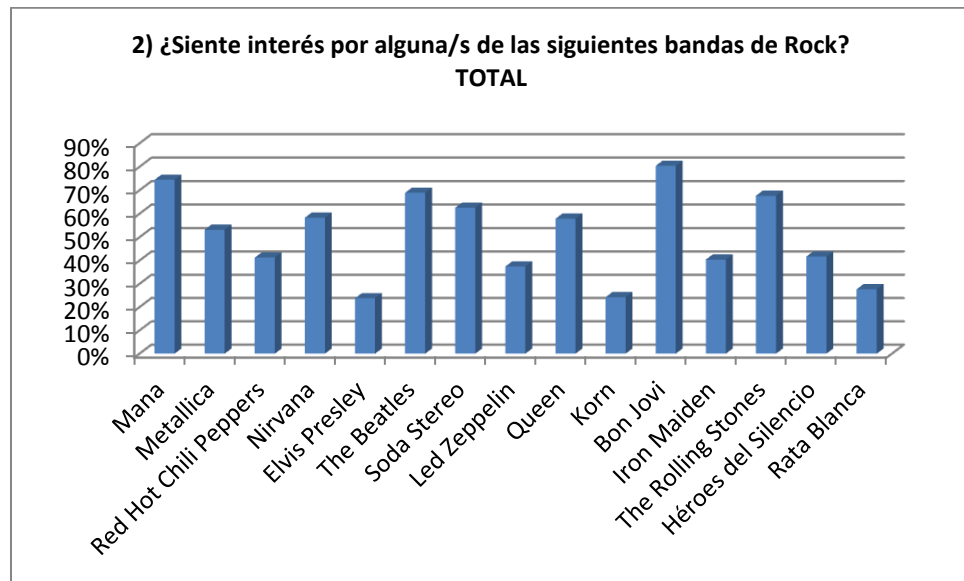
Aproximadamente el 30% de personas que respondieron positivamente (56 de 184), se encuentran en el rango salarial entre \$751 y \$1.000. Un 16% de este mismo grupo de personas que respondió afirmativamente (30 de 184), se encuentra en el rango salarial entre \$ 1.001 y \$2.000. 51 de 184 personas que respondieron afirmativamente (27%) se encuentran en el rango de ingresos entre \$501 y \$750. En este rango se encuentra el monto de la canasta básica familiar (\$572, 35).

**Pregunta No. 2. ¿Siente interés por alguna/s de las siguientes bandas de Rock? Marque con una X**

**CUADRO No. 21**

Respuesta	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE												
			HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001		
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q
Mana	175	74%	114	68%	61	90%	14	100%	57	72%	53	76%	28	68%	14	70%	9	82%	28	80%	55	71%	52	69%	31	89%	9	75%	
Metallica	125	53%	88	53%	37	54%	7	50%	43	54%	51	73%	23	56%	1	1%	0	0%	18	51%	36	47%	46	61%	17	49%	8	67%	
Red Hot Chili Peppers	97	41%	68	41%	29	43%	9	64%	27	34%	41	59%	19	46%	0	0%	1	9%	13	37%	33	43%	21	28%	24	69%	6	50%	
Nirvana	137	58%	81	49%	56	82%	5	36%	72	91%	33	47%	22	54%	3	2%	2	18%	33	94%	30	39%	51	68%	22	63%	1	8%	
Elvis Presley	56	24%	42	25%	14	21%	2	14%	5	6%	15	21%	16	39%	11	20%	7	64%	11	31%	25	32%	6	8%	12	34%	2	17%	
The Beatles	162	69%	102	61%	60	88%	4	29%	51	65%	55	79%	32	78%	13	8%	7	64%	14	40%	61	79%	63	84%	15	43%	9	75%	
Soda Stereo	147	63%	98	59%	49	72%	9	64%	49	62%	53	76%	27	66%	6	4%	3	27%	21	60%	43	56%	51	68%	24	69%	8	67%	
Led Zeppelin	88	37%	75	45%	13	19%	3	21%	24	30%	31	44%	23	56%	6	7%	1	9%	9	26%	31	40%	37	49%	9	26%	2	17%	
Queen	136	58%	85	51%	51	75%	2	14%	41	52%	43	61%	30	73%	13	10%	7	64%	20	57%	32	42%	44	59%	31	89%	9	75%	
Korn	57	24%	51	31%	6	9%	6	43%	35	44%	13	19%	3	7%	0	0%	0	0%	18	51%	22	29%	7	9%	7	20%	3	25%	
Bon Jovi	189	80%	130	78%	59	87%	10	71%	63	80%	56	80%	39	95%	15	8%	6	55%	25	71%	57	74%	65	87%	34	97%	8	67%	
Iron Maiden	95	40%	78	47%	17	25%	5	36%	26	33%	37	53%	14	34%	8	8%	5	45%	32	91%	31	40%	29	39%	3	9%	0	0%	
The Rolling Stones	159	68%	127	76%	32	47%	9	64%	53	67%	41	59%	32	78%	16	10%	8	73%	16	46%	39	51%	66	88%	31	89%	7	58%	
Héroes del Silencio	98	42%	72	43%	26	38%	3	21%	27	34%	39	56%	18	44%	9	9%	2	18%	11	31%	37	48%	30	40%	18	51%	2	17%	
Rata Blanca	65	28%	54	32%	11	16%	3	21%	15	19%	23	33%	13	32%	8	12%	3	27%	13	37%	33	43%	12	16%	5	14%	2	17%	
TOTAL	235	100%	167	100%	68	100%	14	100%	79	100%	70	100%	41	100%	20	100%	11	100%	35	100%	77	100%	75	100%	36	100%	12	100%	

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 22**

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

Para la tabulación de las respuestas obtenidas, se comparó el total de respuestas por cada una de las bandas versus el total de encuestados (235 personas). De esta comparación se obtuvieron como resultados que las bandas por las que los encuestados sentían mayor interés fueron las siguientes:

Bon Jovi con 80%

Maná con 74%

The Beatles con 69%

The Rolling Stones con 68%

Soda Stereo con 63%

Las tres bandas que obtuvieron menor interés por parte de los encuestados son las siguientes:

Elvis Presley con 24%

Korn con 24%

Rata Blanca con 28%

De las respuestas obtenidas a esta pregunta se puede inferir que existe un fuerte interés por el género Rock que es más comercial. A este género se lo puede catalogar dentro de los estilos que son de música Rock más suave. Como ejemplo se puede tomar el caso de la banda Maná, la cual obtuvo un mayor número de interesados de todas las edades de los encuestados.

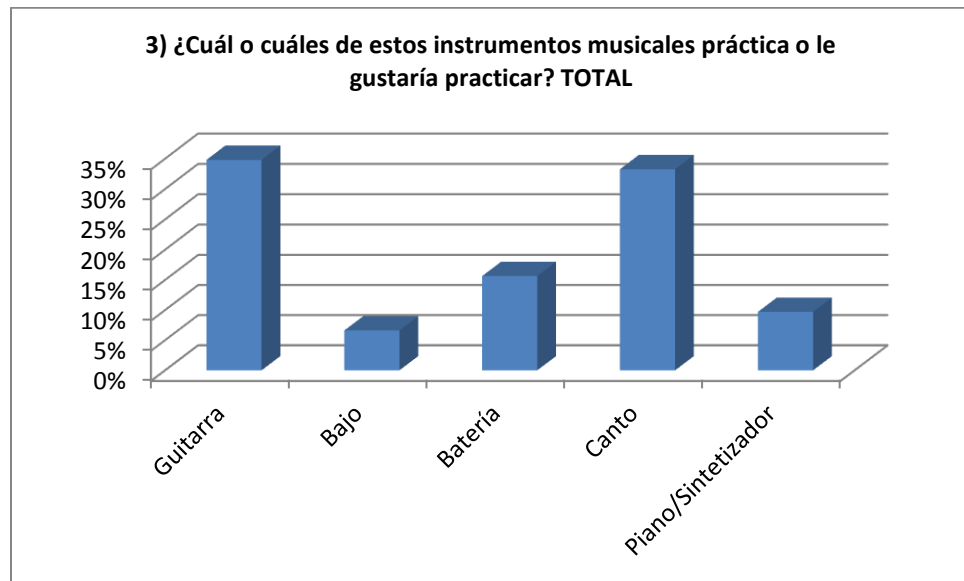
Obviamente también existe interés por otras bandas mencionadas en la encuesta, sin embargo, el interés fundamental de la academia deberá ser hacia estos estilos para captar el mayor número de clientes.

**Pregunta No. 3. ¿Cuál o cuáles de estos instrumentos musicales práctica o le gustaría practicar?**

**CUADRO No. 23**

Respuesta	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE											
			HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Guitarra	158	35%	107	32%	51	43%	14	33%	50	29%	46	29%	32	59%	12	57%	4	50%	18	32%	64	42%	52	34%	16	22%	8	47%
Bajo	30	7%	23	7%	7	6%	2	5%	4	2%	12	8%	8	15%	3	14%	1	13%	4	7%	11	7%	11	7%	4	6%	0	0%
Batería	71	16%	62	18%	9	8%	12	28%	32	19%	24	15%	2	4%	1	5%	0	0%	1	2%	27	18%	23	15%	17	24%	3	18%
Canto	151	33%	116	35%	35	30%	11	26%	68	40%	64	41%	5	9%	2	10%	1	13%	25	45%	38	25%	57	37%	26	36%	5	29%
Piano/Sintetizador	44	10%	28	8%	16	14%	4	9%	16	9%	12	8%	7	13%	3	14%	2	25%	8	14%	14	9%	12	8%	9	13%	1	6%
<b>TOTAL</b>	<b>454</b>	<b>100%</b>	<b>336</b>	<b>100%</b>	<b>118</b>	<b>100%</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>	<b>158</b>	<b>100%</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>	<b>154</b>	<b>100%</b>	<b>155</b>	<b>100%</b>	<b>72</b>	<b>100%</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 24**

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

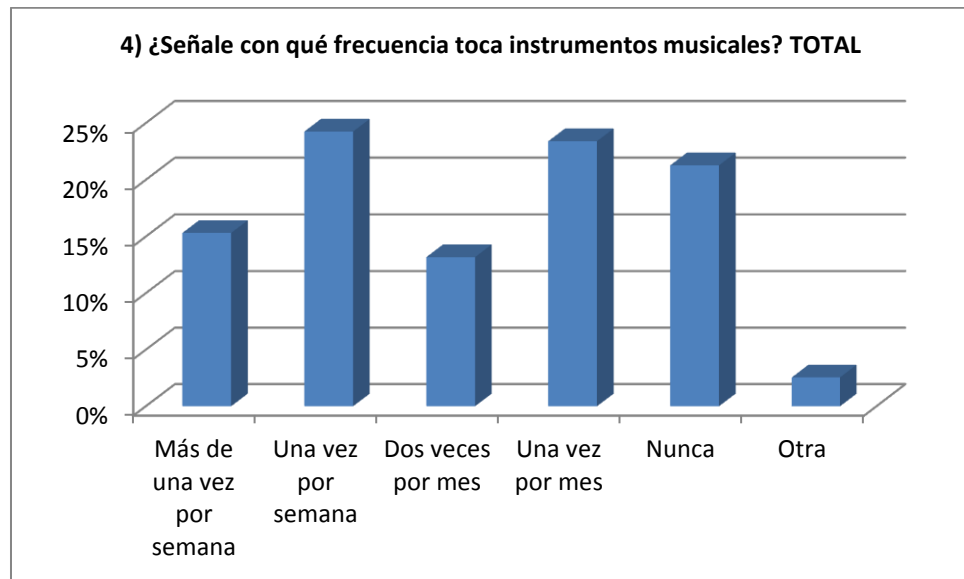
Del total de encuestados (235) se obtuvo 454 respuestas, lo que indica que hay personas que practican más de un instrumento musical de los que se consultó en la encuesta. De las 454 respuestas, el 35% respondió que practica guitarra, y el 33% respondió que le gusta el canto. Por otro lado, los instrumentos con resultados menores lo obtuvieron el bajo y el sintetizador con 7% y 10% respectivamente. Es por este motivo que se prevé una mayor demanda de los dos instrumentos musicales mencionados en primer lugar. Para todos los instrumentos se obtuvo respuesta positiva tanto en hombres, como en mujeres, por lo que la demanda sería por parte de ambos géneros.

**Pregunta No. 4. ¿Señale con qué frecuencia toca instrumentos musicales?**

**CUADRO No. 25**

Respuesta	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE											
	Q	%	HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001	
Más de una vez por semana	36	15%	24	14%	12	18%	8	57%	13	16%	9	13%	4	10%	2	10%	0	0%	4	11%	20	26%	10	13%	2	6%	0	0%
Una vez por semana	57	24%	46	28%	11	16%	3	21%	28	35%	17	24%	5	12%	4	20%	0	0%	13	37%	13	17%	21	28%	9	25%	1	8%
Dos veces por mes	31	13%	23	14%	8	12%	0	0%	11	14%	8	11%	8	20%	3	15%	1	9%	6	17%	11	14%	9	12%	3	8%	2	17%
Una vez por mes	55	23%	49	29%	6	9%	3	21%	23	29%	17	24%	7	17%	3	15%	2	18%	5	14%	14	18%	19	25%	10	28%	7	58%
Nunca	50	21%	19	11%	31	46%	0	0%	4	5%	19	27%	14	34%	6	30%	7	64%	7	20%	16	21%	13	17%	12	33%	2	17%
Otra	6	3%	6	4%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	7%	2	10%	1	9%	0	0%	3	4%	3	4%	0	0%	0	0%
TOTAL	235	100%	167	100%	68	100%	14	100%	79	100%	70	100%	41	100%	20	100%	11	100%	35	100%	77	100%	75	100%	36	100%	12	100%

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 26**

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

Cerca del 21% de los encuestados respondió que nunca toca ningún instrumento. Este dato es importante, ya que estas personas difícilmente podrían estar interesadas en los servicios ofrecidos por la academia, por lo que este porcentaje deberá ser tomado en cuenta para realizar la proyección de la demanda de la academia. Otro factor importante al respecto, es que cerca del 46% de mujeres respondió que nunca toca un instrumento musical, por lo que se prevé que la academia esté compuesta en su mayoría por el género masculino.

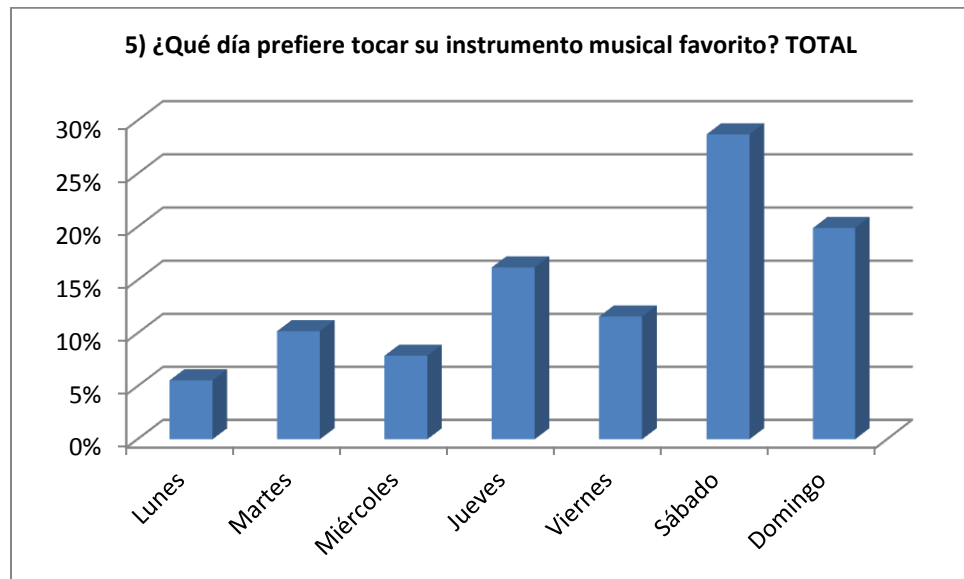
Cerca del 24% de personas respondió tocar algún instrumento musical más de una vez por semana, por lo que éstos podrían ser potenciales clientes que utilicen las instalaciones de la academia para repasar.

**Pregunta No. 5. ¿Qué día prefiere tocar su instrumento musical favorito?**

**CUADRO No. 27**

Respuesta	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE											
			HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Lunes	12	6%	10	6%	2	5%	4	29%	3	4%	4	6%	1	3%	0	0%	0	0%	3	9%	3	4%	4	6%	1	3%	1	8%
Martes	22	10%	17	10%	5	13%	3	21%	8	11%	7	11%	3	8%	1	6%	0	0%	8	23%	7	10%	5	7%	2	6%	0	0%
Miércoles	17	8%	12	7%	5	13%	2	14%	7	10%	3	5%	2	5%	3	17%	0	0%	5	14%	3	4%	5	7%	3	9%	1	8%
Jueves	35	16%	29	16%	6	15%	0	0%	8	11%	12	18%	10	27%	2	11%	3	27%	6	17%	10	14%	9	13%	7	22%	3	25%
Viernes	25	12%	17	10%	8	20%	1	7%	8	11%	7	11%	5	14%	2	11%	2	18%	3	9%	12	17%	4	6%	2	6%	3	25%
Sábado	62	29%	52	30%	10	25%	3	21%	16	23%	23	35%	10	27%	6	33%	4	36%	8	23%	17	24%	23	34%	10	31%	4	33%
Domingo	43	20%	39	22%	4	10%	1	7%	21	30%	9	14%	6	16%	4	22%	2	18%	2	6%	18	26%	17	25%	7	22%	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>216</b>	<b>100%</b>	<b>176</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 28**

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

El 29% de los encuestados respondió que los sábados es su día preferido para tocar algún instrumento musical. Por lo tanto se prevé que este día será el que mayor demanda tenga las instalaciones de la academia, seguido por el día domingo, por el cual el 20% de los encuestados se mostró favorable.

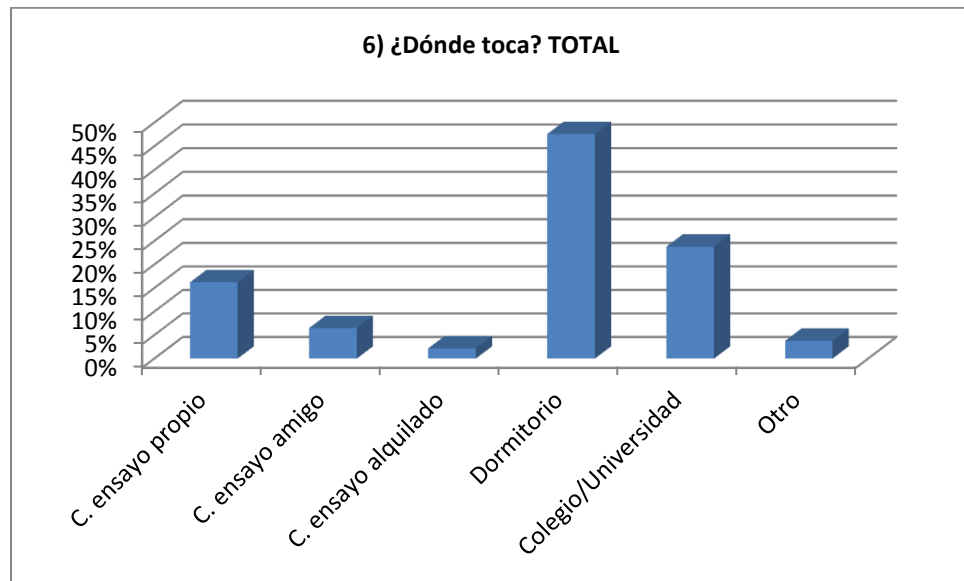
Los días con menor demanda serían los lunes y los miércoles con 6% y 8% respectivamente. Los días martes y jueves se mantienen con 10% y 12%, lo que representa cerca del 60% de mayor demanda que los lunes y los miércoles. El jueves presenta un cierto aumento, llegando al 16%.

**Pregunta No. 6. ¿Dónde Toca?**

**CUADRO No. 29**

Respuesta	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE											
			HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Cuarto de ensayo propio	30	16%	27	18%	3	8%	1	7%	10	13%	10	19%	5	19%	3	25%	1	20%	0	0%	3	5%	8	13%	14	58%	5	42%
Cuarto de ensayo de un amigo	12	6%	12	8%	0	0%	2	14%	5	7%	4	8%	1	4%	0	0%	0	0%	3	11%	1	2%	1	2%	4	17%	3	25%
Cuarto de ensayo alquilado	4	2%	4	3%	0	0%	0	0%	1	1%	3	6%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	1	2%	1	4%	1	8%
Dormitorio	88	48%	68	46%	20	54%	1	7%	27	36%	29	56%	19	70%	8	67%	4	80%	16	57%	25	42%	42	69%	5	21%	0	0%
Colegio/Universidad	44	24%	32	22%	12	32%	10	71%	29	39%	5	10%	0	0%	0	0%	0	0%	9	32%	28	47%	7	11%	0	0%	0	0%
Otro	7	4%	5	3%	2	5%	0	0%	3	4%	1	2%	2	7%	1	8%	0	0%	0	0%	2	3%	2	3%	0	0%	3	25%
TOTAL	185	100%	148	100%	37	100%	14	100%	75	100%	52	100%	27	100%	12	100%	5	100%	28	100%	60	100%	61	100%	24	100%	12	100%

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 30**

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

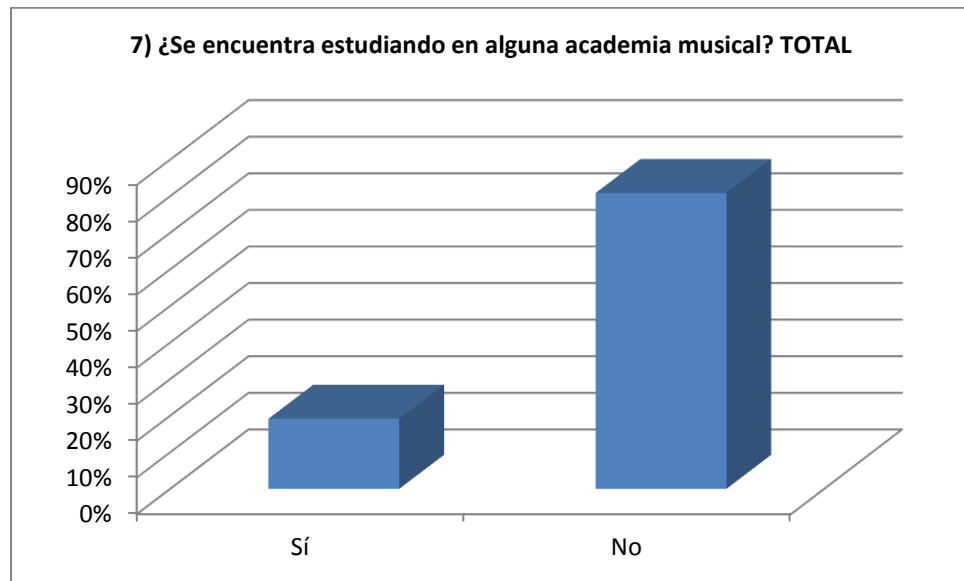
Cerca del 48% de los encuestados respondió que toca algún instrumento musical en su dormitorio. Ostensiblemente este resultado va de la mano con las respuestas obtenidas acerca de los instrumentos favoritos de los encuestados, los cuales son la guitarra y el canto, ya que estos instrumentos no necesitan de mayor infraestructura e inversión, sobretodo en el caso del canto ya que es un instrumento inherente al ser humano. El 24% de los encuestados respondió que su lugar de repaso es el colegio o la universidad, por lo que en este caso vendrían a ser potenciales clientes, ya que probablemente dejen de tocar en las instalaciones de esas unidades educativas cuando sus estudios hayan culminado. En cuanto al alquiler de un cuarto de ensayo, solamente el 2% de los encuestados respondió que accede a uno. Este es un punto de oportunidad de crecimiento para la academia, ya que aparentemente no se encuentra aprovechado por la competencia.

**Pregunta No. 7. ¿Se encuentra estudiando en alguna academia musical?**

**CUADRO No. 31**

	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE											
			HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001	
Respuesta	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Sí	45	19%	33	20%	12	18%	13	93%	22	28%	8	11%	2	5%	0	0%	0	0%	7	20%	13	17%	17	23%	5	7%	3	25%
No	190	81%	134	80%	56	82%	1	7%	57	72%	62	89%	39	95%	20	100%	11	100%	28	80%	64	83%	58	77%	31	41%	9	75%
TOTAL	235	100%	167	100%	68	100%	14	100%	79	100%	70	100%	41	100%	20	100%	11	100%	35	100%	77	100%	75	100%	36	48%	12	100%

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 32**

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

Solamente el 19% de los encuestados respondió afirmativamente al estar estudiando en alguna academia musical. Este porcentaje se compone en un 73% por el género masculino y un 27% por el femenino. El 48% de los encuestados que asegura estar estudiando en alguna academia musical se encuentra entre los 19 y los 25 años.

Un 67% de los encuestados que se encuentra estudiando en alguna academia tiene un nivel de ingresos entre los \$501 y los \$1.000.

**Pregunta No. 8. Siendo 5 “El más importante”, y 1 “El menos importante”, califique los factores detallados a continuación, según los considere más o menos importantes al momento de decidir estudiar en una academia musical:**

**CUADRO No. 33**

INSTALACIONES BIEN EQUIPADAS	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE													
			HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001			
Respuesta	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
5 Más Importante	87	37%	69	41%	18	26%	5	36%	23	29%	26	37%	22	54%	7	35%	4	36%	16	46%	30	39%	21	28%	14	39%	6	50%		
4 Algo Importante	80	34%	65	39%	15	22%	4	29%	32	41%	34	49%	2	5%	4	20%	4	36%	7	20%	23	30%	35	47%	11	31%	4	33%		
3 Importante	43	18%	17	10%	26	38%	3	21%	15	19%	5	7%	12	29%	6	30%	2	18%	4	11%	17	22%	15	20%	7	19%	0	0%		
2 Poco importante	23	10%	15	9%	8	12%	1	7%	9	11%	4	6%	5	12%	3	15%	1	9%	7	20%	6	8%	4	5%	4	11%	2	17%		
1 Menos importante	2	1%	1	1%	1	1%	1	7%	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%		
TOTAL	235	100%	167	100%	68	100%	14	100%	79	100%	70	100%	41	100%	20	100%	11	100%	35	100%	77	100%	75	100%	36	100%	12	100%		

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 34**

PROFESORES CAPACITADOS	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE													
			HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001			
Respuesta	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
5 Más Importante	63	27%	19	11%	10	15%	2	14%	9	11%	6	9%	7	17%	4	20%	1	9%	8	23%	9	12%	7	9%	3	4%	2	17%		
4 Algo Importante	82	35%	67	40%	28	41%	7	50%	24	30%	32	46%	19	46%	11	55%	2	18%	6	17%	35	45%	41	55%	9	12%	4	33%		
3 Importante	55	23%	49	29%	16	24%	1	7%	25	32%	22	31%	12	29%	1	5%	4	36%	8	23%	22	29%	22	29%	10	13%	3	25%		
2 Poco importante	30	13%	14	8%	6	9%	2	14%	9	11%	4	6%	1	2%	3	15%	1	9%	7	20%	4	5%	0	0%	8	11%	1	8%		
1 Menos importante	5	2%	18	11%	8	12%	2	14%	12	15%	6	9%	2	5%	1	5%	3	27%	6	17%	7	9%	5	7%	6	8%	2	17%		
<b>TOTAL</b>	<b>235</b>	<b>100%</b>	<b>167</b>	<b>100%</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>36</b>	<b>48%</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>		

ELABORACIÓN: Israel Domínguez

**CUADRO No. 35**

ATENCIÓN AL CLIENTE	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE													
			HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001			
Respuesta	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
5 Más Importante	13	6%	9	5%	4	7%	2	7%	0	0%	4	9%	3	6%	4	13%	2	7%	2	6%	3	4%	3	4%	5	7%	2	17%		
4 Algo Importante	5	2%	4	2%	1	2%	0	0%	2	4%	1	2%	0	0%	1	3%	1	0%	1	3%	2	3%	1	1%	1	1%	0	0%		
3 Importante	48	20%	35	20%	13	23%	5	18%	7	14%	6	14%	10	19%	9	29%	11	5%	9	26%	17	22%	12	16%	4	5%	6	50%		
2 Poco importante	45	19%	29	16%	16	28%	8	29%	3	6%	14	32%	12	22%	3	10%	5	2%	5	14%	18	23%	16	21%	5	7%	1	8%		
1 Menos importante	124	53%	101	57%	23	40%	13	46%	38	76%	19	43%	29	54%	14	45%	9	4%	18	51%	37	48%	43	57%	21	28%	3	25%		
<b>TOTAL</b>	<b>235</b>	<b>100%</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>	<b>28</b>	<b>18%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>36</b>	<b>48%</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>		

ELABORACIÓN: Israel Domínguez

**CUADRO No. 36**

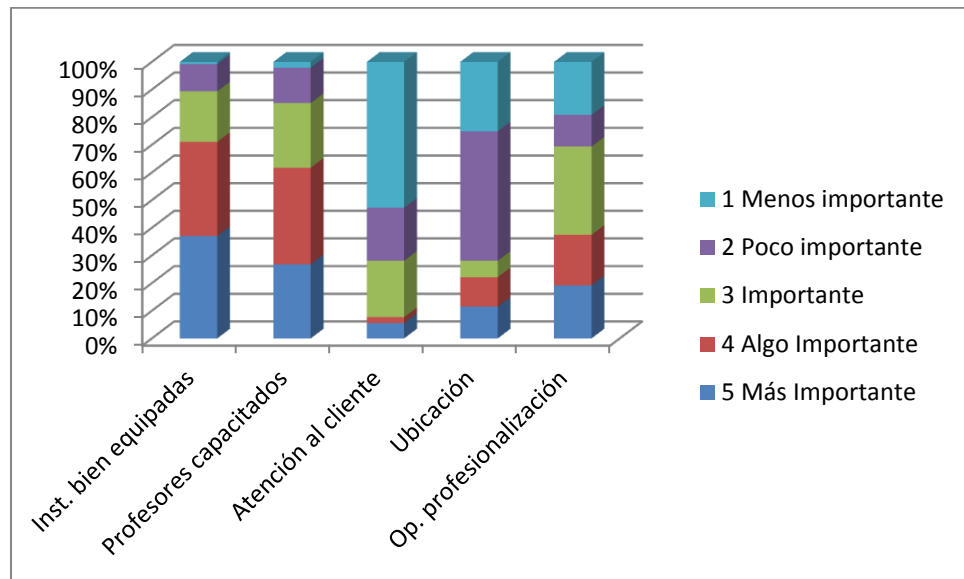
UBICACIÓN	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE											
			HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001	
Respuesta	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
5 Más Importante	27	11%	21	12%	6	11%	2	14%	2	3%	1	1%	18	42%	3	15%	1	9%	4	11%	12	16%	3	4%	5	7%	3	25%
4 Algo Importante	25	11%	18	10%	7	13%	1	7%	8	10%	6	9%	9	21%	1	5%	0	0%	4	11%	6	8%	9	12%	2	3%	4	33%
3 Importante	14	6%	11	6%	3	6%	3	21%	1	1%	1	1%	1	2%	5	25%	3	27%	1	3%	5	6%	7	9%	1	1%	0	0%
2 Poco importante	110	47%	86	47%	24	45%	5	36%	40	52%	39	56%	15	35%	7	35%	4	36%	14	40%	38	49%	36	48%	19	25%	3	25%
1 Menos importante	59	25%	46	25%	13	25%	3	21%	26	34%	23	33%	0	0%	4	20%	3	27%	12	34%	16	21%	20	27%	9	12%	2	17%
TOTAL	235	100%	182	100%	53	100%	14	100%	77	100%	70	100%	43	100%	20	100%	11	100%	35	100%	77	100%	75	100%	36	48%	12	100%

ELABORACIÓN: Israel Domínguez

**CUADRO No. 37**

OPORTUNIDADES DE PROFESIONALIZACIÓN	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE											
			HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001	
Respuesta	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
5 Más Importante	45	19%	33	20%	12	18%	1	7%	23	29%	9	13%	7	17%	3	15%	2	18%	4	11%	15	19%	18	24%	6	8%	2	17%
4 Algo Importante	43	18%	32	19%	11	16%	3	21%	9	11%	14	20%	9	22%	6	30%	2	18%	7	20%	15	19%	12	16%	5	7%	4	33%
3 Importante	75	32%	54	32%	21	31%	5	36%	19	24%	26	37%	14	34%	6	30%	5	45%	12	34%	17	22%	30	40%	11	15%	5	42%
2 Poco importante	27	11%	18	11%	9	13%	2	14%	10	13%	7	10%	5	12%	2	10%	1	9%	6	17%	6	8%	8	11%	7	9%	0	0%
1 Menos importante	45	19%	30	18%	15	22%	3	21%	18	23%	14	20%	6	15%	3	15%	1	9%	6	17%	24	31%	7	9%	7	9%	1	8%
TOTAL	235	100%	167	100%	68	100%	14	100%	79	100%	70	100%	41	100%	20	100%	11	100%	35	100%	77	100%	75	100%	36	48%	12	100%

ELABORACIÓN: Israel Domínguez

**CUADRO No. 38**

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

El análisis de los resultados de esta pregunta de opción múltiple se obtiene del mayor número de respuestas que uno de los 5 factores obtenga en una de las 5 opciones. De esta manera el análisis cubre a los 5 factores de decisión. Para la mayoría de los encuestados (37%) el factor más importante al momento de decidir estudiar en una academia musical son las instalaciones bien equipadas que ésta pueda tener. El segundo lugar, para el 27% de los encuestados es la capacitación que tengan los profesores, considerándolo como algo importante.

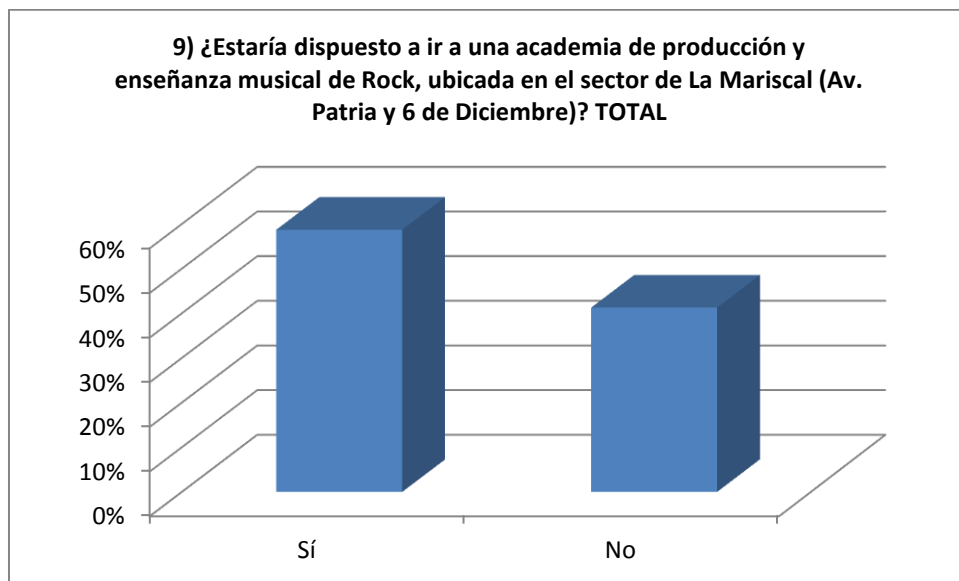
En tercer lugar se encuentra la oportunidad de profesionalización con un 32% y considerado como importante. En cuarto lugar se encuentra la ubicación de la academia, con un 47% de los encuestados a favor de esta respuesta. Por último el factor considerado como menos importante por el 53% de los encuestados es la atención al cliente.

**Pregunta No. 9. ¿Estaría dispuesto a ir a una academia de producción y enseñanza musical de Rock, ubicada en el sector de La Mariscal (Av. Patria y 6 de Diciembre)?**

**CUADRO No. 39**

	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE													
			HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001			
Respuesta	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Sí	138	59%	113	68%	25	37%	9	64%	46	58%	42	60%	28	68%	13	65%	7	64%	23	66%	45	58%	48	64%	18	24%	9	75%		
No	97	41%	54	32%	43	63%	5	36%	33	42%	28	40%	13	32%	7	35%	4	36%	12	34%	32	42%	27	36%	18	24%	3	25%		
TOTAL	235	100%	167	100%	68	100%	14	100%	79	100%	70	100%	41	100%	20	100%	11	100%	35	100%	77	100%	75	100%	36	48%	12	100%		

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 40**

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

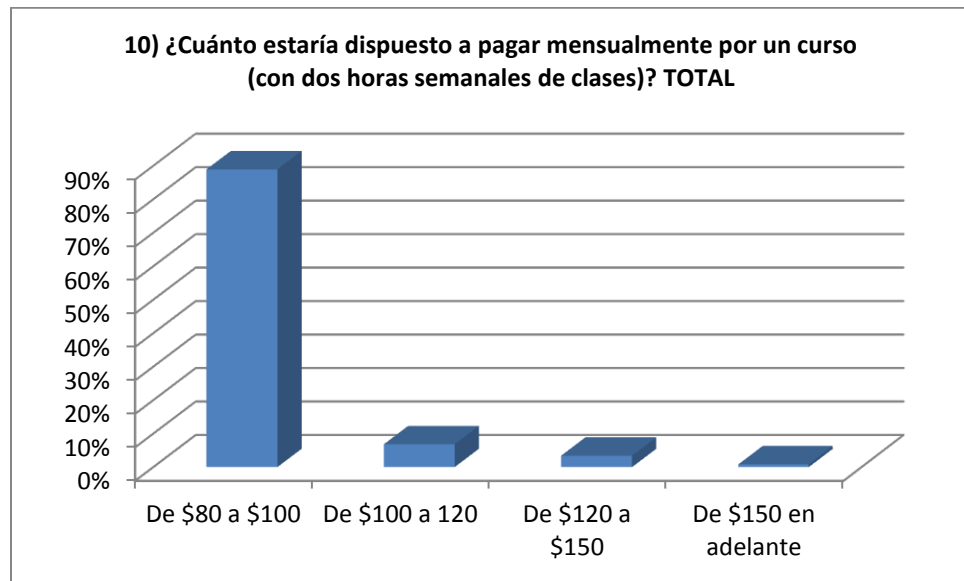
El 59% de los encuestados respondió que estaría dispuesto a asistir a una academia de producción y enseñanza musical de Rock que se encuentre ubicada en el sector de La Mariscal. El 68% de los hombres encuestado respondió afirmativamente a esta pregunta y el 37% de las mujeres encuestadas respondió afirmativamente. Si se compara las respuestas obtenidas en esta pregunta contra las respuestas obtenidas en la primera pregunta (¿Le gusta la música Rock?) tenemos que en esta última pregunta se obtuvo un 78% de respuestas afirmativas de los encuestados, y en la primera pregunta se obtuvo un 68% de respuestas afirmativas. En este caso puede considerarse que las respuestas a esta pregunta se encuentran sesgadas por la positiva predisposición de los encuestados hacia la música Rock.

**Pregunta No. 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un curso (con dos horas semanales de clases)?**

**CUADRO No. 41**

Respuesta	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE											
	Q	%	HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001	
De \$80 a \$100	209	89%	144	86%	65	96%	14	100%	75	95%	67	96%	33	80%	15	75%	5	45%	35	100%	73	95%	69	92%	28	37%	4	33%
De \$100 a 120	16	7%	13	8%	3	4%	0	0%	4	5%	3	4%	6	15%	1	5%	2	18%	0	0%	4	5%	5	7%	5	7%	2	17%
De \$120 a \$150	8	3%	8	5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	5%	3	15%	3	27%	0	0%	0	0%	1	1%	3	4%	4	33%
De \$150 en adelante	2	1%	2	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	0%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>235</b>	<b>100%</b>	<b>167</b>	<b>100%</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>95%</b>	<b>11</b>	<b>91%</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>36</b>	<b>48%</b>	<b>12</b>	<b>84%</b>

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 42**

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

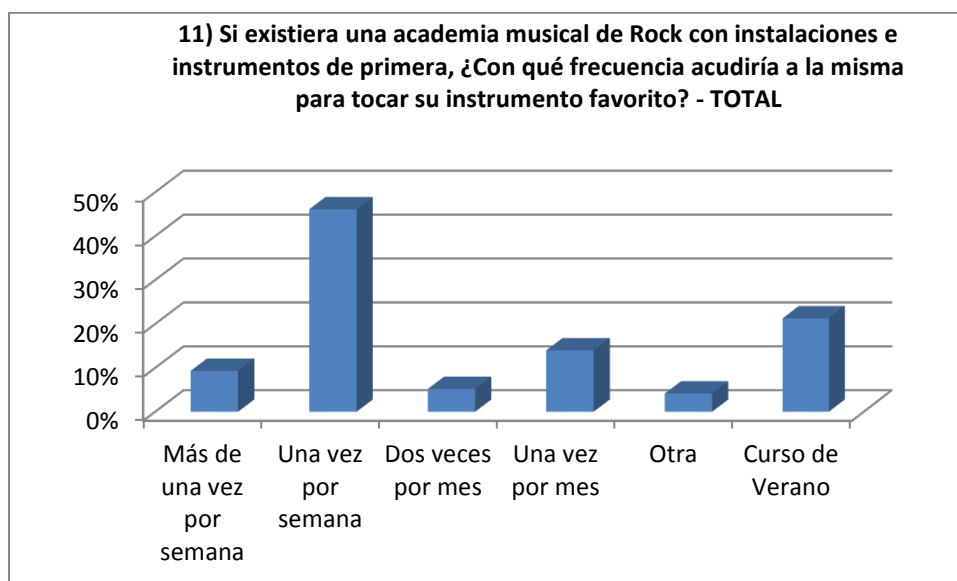
El 89% de los encuestados respondió que estaría dispuesto a pagar entre \$80 y \$100. La respuesta generalizada a esta pregunta fue que las personas estarían dispuestas a pagar los montos mencionados.

**Pregunta No. 11. Si existiera una academia musical de Rock con instalaciones e instrumentos de primera, ¿Con qué frecuencia acudiría a la misma para tocar su instrumento favorito?**

**CUADRO No. 43**

Respuesta	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE											
	Q	%	HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001	
Más de una vez por semana	18	9%	14	9%	4	10%	2	13%	9	12%	4	7%	2	7%	1	7%	0	0%	1	3%	3	5%	3	5%	4	15%	7	58%
Una vez por semana	89	46%	72	47%	17	44%	3	20%	37	49%	27	50%	12	43%	6	40%	4	80%	12	41%	31	49%	31	50%	12	44%	3	25%
Dos veces por mes	10	5%	8	5%	2	5%	3	20%	1	1%	2	4%	3	11%	1	7%	0	0%	0	0%	0	0%	9	15%	1	4%	0	0%
Una vez por mes	27	14%	24	16%	3	8%	1	7%	7	9%	8	15%	5	18%	5	33%	1	20%	4	14%	10	16%	10	16%	2	7%	1	8%
Otra	8	4%	7	5%	1	3%	0	0%	2	3%	1	2%	3	11%	2	13%	0	0%	2	7%	2	3%	2	3%	1	4%	1	8%
Curso de Verano	41	21%	29	19%	12	31%	6	40%	20	26%	12	22%	3	11%	0	0%	0	0%	10	34%	17	27%	7	11%	7	26%	0	0%
TOTAL	193	100%	154	100%	39	100%	15	100%	76	100%	54	100%	28	100%	15	100%	5	100%	29	100%	63	100%	62	100%	27	100%	12	100%

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 44**

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

El 46% de los encuestados respondió que acudiría una vez por semana a la academia, mientras que el 21% lo haría solo a manera de curso de verano. El 5% de los encuestados estaría dispuesto a acudir a la academia 2 veces por mes. Cerca del 33% de personas que estarían dispuestas a acudir una vez a la semana se encuentran entre los 19 y 35 años y en un nivel de ingresos de entre \$501 y \$1.000.

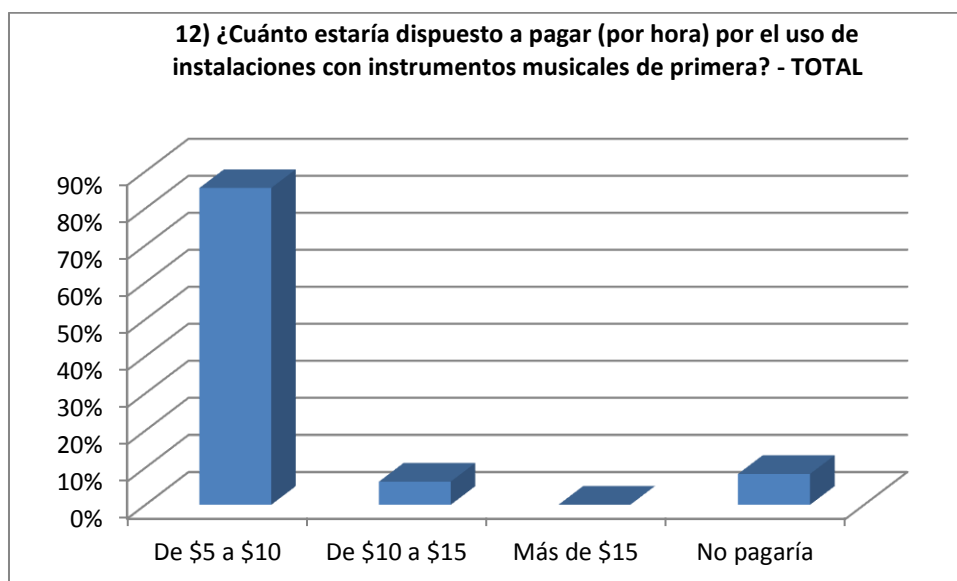
Para los cursos de verano el 37% los estudiantes se encontrarían entre los 15 y los 18 años. El 49% se encontraría entre los 19 y 25 años.

**Pregunta No. 12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar (por hora) por el uso de instalaciones con instrumentos musicales de primera?**

**CUADRO No. 45**

Respuesta	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE											
	Q	%	HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001	
De \$5 a \$10	165	85%	133	86%	32	82%	13	87%	73	96%	47	87%	20	71%	10	67%	2	40%	22	76%	61	97%	56	90%	20	32%	6	50%
De \$10 a \$15	12	6%	11	7%	1	3%	0	0%	0	0%	5	9%	4	14%	3	20%	0	0%	0	0%	1	2%	3	5%	4	6%	4	33%
Más de \$15	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
No pagaría	16	8%	10	6%	6	15%	2	13%	3	4%	2	4%	4	14%	2	13%	3	60%	7	24%	1	2%	3	5%	3	5%	2	17%
TOTAL	193	100%	154	100%	39	100%	15	100%	76	100%	54	100%	28	100%	15	100%	5	100%	29	100%	63	100%	62	100%	27	44%	12	100%

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 46**

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

Para esta pregunta se obtuvo respuestas de 193 personas de las 235 encuestadas. De este total de 193, el 85% de encuestados respondió que estaría dispuesto a pagar entre \$5 y \$10, cerca del 8% no estaría dispuesto a pagar y nadie estaría dispuesto a pagar \$15 o más.

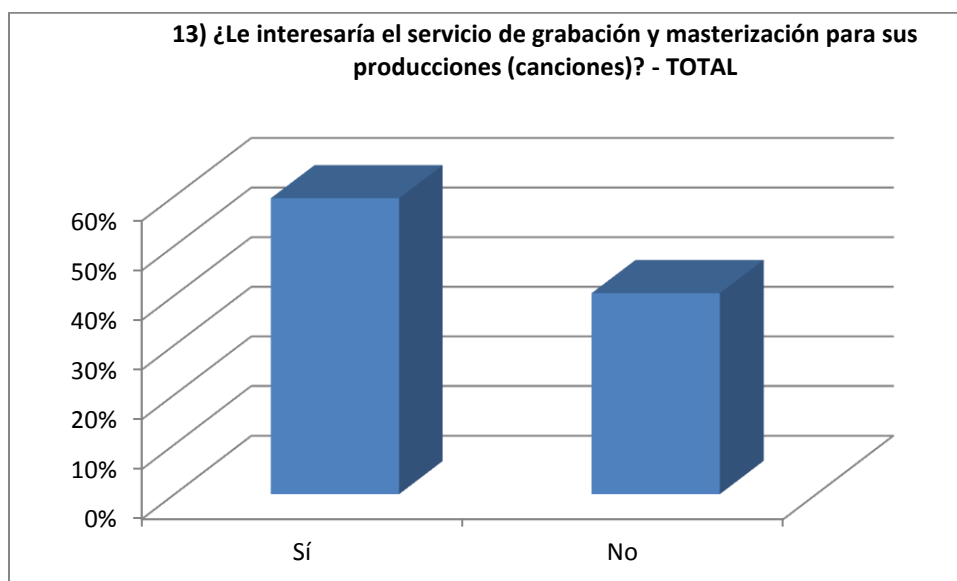
Tomando en cuenta que 42 personas no respondieron a esta pregunta y que representan el 18% del total de encuestados, se puede sumar este porcentaje a las personas que no estarían dispuestas a pagar, por lo que este porcentaje quedaría con un total de 26%.

**Pregunta No. 13. ¿Le interesaría el servicio de grabación y masterización para sus producciones (canciones)?**

**CUADRO No. 47**

Respuesta	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE											
			HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Sí	140	60%	97	58%	43	63%	7	50%	52	66%	38	54%	25	61%	12	60%	6	55%	22	63%	44	57%	42	56%	25	69%	7	58%
No	95	40%	70	42%	25	37%	7	50%	27	34%	32	46%	16	39%	8	40%	5	45%	13	37%	33	43%	33	44%	11	31%	5	42%
TOTAL	235	100%	167	100%	68	100%	14	100%	79	100%	70	100%	41	100%	20	100%	11	100%	35	100%	77	100%	75	100%	36	100%	12	100%

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 48**

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

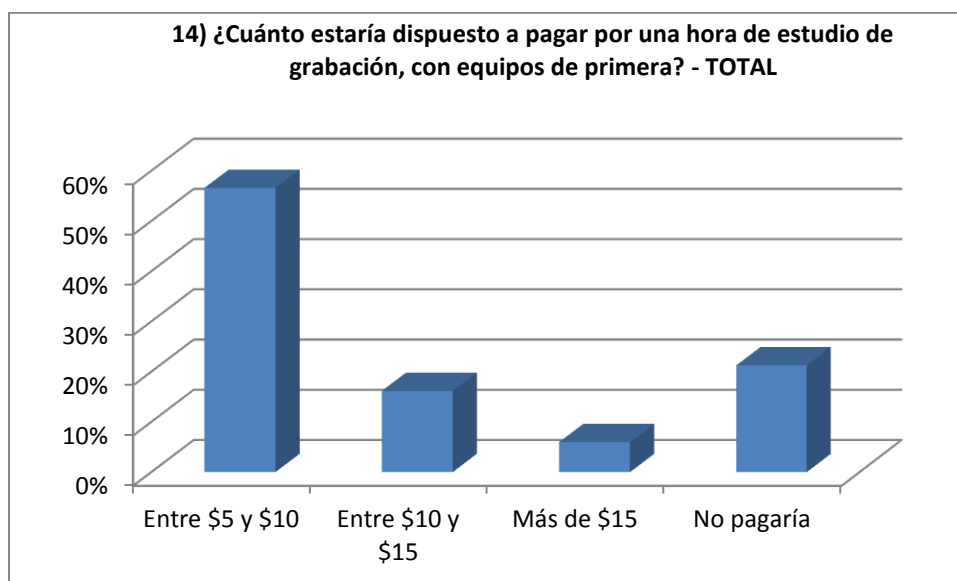
En el caso de esta pregunta, todos los encuestados respondieron. Del total de respuestas obtenidas, se tiene que el 60% sí estaría interesado en los servicios de grabación y masterización. Se puede considerar que las personas que muestran interés por este servicio de la academia, es porque tienen una banda musical o porque conocen a alguien que tiene una y que podrían contarle acerca de este servicio ofertado por la academia.

**Pregunta No. 14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una hora de estudio de grabación, con equipos de primera?**

**CUADRO No. 49**

Respuesta	TOTAL		SEXO				EDAD										INGRESO MENSUAL NETO FAMILIAR POR INTEGRANTE											
			HOMBRES		MUJERES		15 A 18		19 A 25		26 A 35		36 A 40		41 A 45		MÁS DE 45		MENOR A \$500		ENTRE \$501 Y \$750		ENTRE \$751 Y \$1000		ENTRE \$1001 Y \$2000		MAYOR A \$2001	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
Entre \$5 y \$10	133	57%	89	53%	44	65%	8	57%	48	61%	38	54%	21	51%	11	55%	7	64%	22	63%	57	74%	48	64%	5	7%	1	8%
Entre \$10 y \$15	38	16%	30	18%	8	12%	2	14%	7	9%	9	13%	11	27%	6	30%	3	27%	0	0%	2	3%	12	16%	22	29%	2	17%
Más de \$15	14	6%	11	7%	3	4%	0	0%	3	4%	5	7%	3	7%	2	10%	1	9%	0	0%	0	0%	2	3%	5	7%	7	58%
No pagaría	50	21%	37	308%	13	108%	4	33%	21	175%	18	150%	6	50%	1	8%	0	0%	13	108%	18	23%	13	17%	4	5%	2	17%
TOTAL	235	100%	167	386%	68	189%	14	105%	79	248%	70	224%	41	135%	20	103%	11	100%	35	171%	77	100%	75	100%	36	48%	12	100%

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 50**

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

A pesar de que en la pregunta anterior (¿Le interesaría el servicio de grabación y masterización para sus producciones?) respondieron afirmativamente solamente el 60%, en la actual pregunta solamente el 21% respondió que no pagaría por una hora de estudio de grabación. La diferencia del 19% (40% que respondió en la pregunta 13 que no está interesado y 21% de la pregunta 14 que dijo que no pagaría) se interpreta como personas que están dando su opinión acerca de los precios sugeridos, a pesar de no estar interesados en el servicio, por lo que se considera como válidas las respuestas y que no tienen sesgo alguno en este aspecto.

### **Conclusión.**

La academia deberá centrar sus actividades en personas de entre 19 y 40 años, preferencialmente en la enseñanza de guitarra y canto, teniendo en

cuenta que de preferencia las personas tocan una vez por semana, mayoritariamente sábado o domingo y en su propio dormitorio.

La mayoría de personas encuestadas no se encuentra estudiando en alguna academia musical.

La academia Rockin' Quito deberá contar con instalaciones bien equipadas y profesores bien capacitados. La ubicación propuesta (sector La Mariscal), es adecuada; el precio propuesto para el curso deberá mantenerse en el rango de \$80 a \$100 y el precio por el estudio de grabación deberá mantenerse entre \$5 y \$10.

#### **4 PLAN ESTRATÉGICO.**

El negocio principal se fundamenta en la enseñanza musical (teoría y práctica musical) y en la grabación de material discográfico. Si bien es cierto este es el fuerte de la academia, existen también otros tipos de servicios complementarios como se especificará a lo largo de este capítulo.

Para algunas personas puede tratarse de un pasatiempo, para otras la posible profesionalización de su talento musical; el común denominador entre estos dos tipos de personas es su gusto por la música Rock. Para la academia de enseñanza musical de Rock, en Quito, se trata de un mercado potencial ambos tipos de personas.

Dependiendo de la expectativa del músico estudiante (si desea o no profesionalizarse) dependerán las técnicas pedagógicas y el nivel de exigencia que tenga el curso. Los capítulos de enseñanza para cada instrumentos son impartidos tanto para estudiantes que desean profesionalizarse, como para aquellos que no. El objetivo de la academia es que el estudiante esté en perfectas condiciones para la ejecución de un instrumento, independientemente de la decisión de éste de profesionalizarse o no.

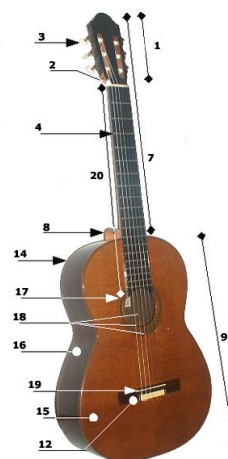
## 4.1 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

El servicio incluye el desarrollo musical para artistas novatos (desde los 5 hasta los 23 años). Para artistas que cuentan con experiencia (sin límite de edad), el servicio se enfoca en el desarrollo escénico y en el refinamiento en las técnicas de ejecución. De igual manera se provee servicios de asesoría y representación para que el artista roquero logre reconocimiento en diversos medios de la ciudad.


### 4.1.1 SERVICIO DE ENSEÑANZA MUSICAL: GUITARRA

La guitarra es un instrumento musical de cuerda, compuesto por una caja de madera, un mástil o mango sobre el que se une un diapasón o caja de resonancia, y seis cuerdas. La guitarra es utilizada en géneros musicales tales como: Blues, Rock, Metal, Flamenco, Pop, Boleros, Tango, Rancheras, Baladas, e incluso en ciertas composiciones de música clásica.

**CUADRO No. 51**



**FUENTE:** <http://guitarrafacil.info/>

Partes de la guitarra española o clásica:   
**1.** Cabeza y clavijeros, **2.** Cejilla, **3.** Clavija,  
**4.** Trastes, **7.** Mástil, **8.** Cuello, **9.** Caja  
 (clásica) o cuerpo (eléctrica), **12.** Puente,  
**14.** Fondo, **15.** Tapa (armónica), **16.** Aro,  
**17.** Roseta y boca, **18.** Cuerdas, **19.**  
 Selleta, **20.** Diapasón.

Existen diversos tipos de guitarras. Este servicio se centra en la enseñanza de las guitarras acústica, electroacústica y eléctrica, debido a que éstas son las que más se utilizan en el género Rock.

Las principales técnicas enseñadas son las siguientes: <sup>51</sup>

- Palm Mute

Consiste en apagar el sonido de las cuerdas, sin entorpecer la ejecución del instrumento, con la mano en la que se lleva la vitela (o púa). Esta técnica es utilizada normalmente con las cuerdas mayores (4ta, 5ta y 6ta).

- Tapping

Es una técnica utilizada en la guitarra eléctrica, la cual es ejecutada utilizando los dedos de la mano que lleva la vitela, para martillar las cuerdas sobre el mástil del instrumento, de tal manera que se producen las notas con un golpeteo.

- Hammer-on

Consiste en frotar fuertemente con un dedo, una cuerda contra el diapasón atrás de un traste. Esta técnica puede utilizarse mediante un punteo o un rasgado.

---

<sup>51</sup> [<http://www.guitarraonline.com.ar/tecnica.htm>]

- Fingerpicking

Consiste en utilizar los dedos de la mano que se encarga del rasgado, como si fuera una orquesta. Así el dedo pulgar se encarga de los bajos, y el resto de los dedos interpretan la melodía. Se utiliza principalmente para Rock clásico.

- Uñeteo Híbrido

Consiste en tomar la vitela entre los dedos pulgar e índice, mientras se deja libre al resto de dedos. De esta manera se logra utilizar el rasgado con los dos dedos indicados, mientras con los 3 restantes se puede utilizar una técnica de punteado.

- Armónicos

Existen 3 tipos de armónicos: naturales, artificiales y de pulgar. Para los primeros se pasa suavemente el dedo índice sobre la cuerda y traste deseado, mientras se hace vibrar la misma con la vitela. Para los segundos, se hace sonar la nota deseada, y rápidamente con un dedo de la mano que lleva la vitela, se acaricia la cuerda doce trastes mas arriba. En el último tipo de armónicos, se hace que el dedo pulgar, de la mano que lleva la vitela, toque la cuerda justo después de hacer sonar una nota.

- Sweep Picking

Es una manera de “economizar” los movimientos de la vitela. Se sigue la misma dirección del rasgado con la vitela, y cuando se realiza un cambio de cuerda se sigue con el mismo golpe de la cuerda anterior.

- Slide

Consiste en deslizar el dedo desde una nota hacia otra. Se golpea la vitela haciendo sonar la primera nota, e inmediatamente se desliza el dedo hasta llegar a la posición de la segunda nota.

- Trémolo

Se pulsa con los dedos índice, medio y anular una cuerda de forma continua y muy rápida, mientras el pulgar toca una cuerda más baja.

- Vibrato

Consiste en darle una ligera oscilación la cuerda mientras suena. Primero se hace sonar la nota, y posteriormente se presiona la cuerda para generar la oscilación.

#### 4.1.2 SERVICIO DE ENSEÑANZA MUSICAL: CANTO

El canto es la utilización de la voz como un instrumento musical. El sonido es producido dependiendo de la capacidad pulmonar del artista, de su garganta, de la fuerza de su estómago, entre otros factores.

Al igual que un instrumento musical, la voz puede alcanzar diversos tonos, ritmos, armónicos, timbres, etc.

El objetivo principal de la enseñanza de canto, es el de permitir al artista conocer su capacidad vocal, el timbre adecuado de su voz, los tonos que puede alcanzar, cuidando siempre su salud y su desarrollo escénico. Este servicio variará mucho dependiendo de la estructura física del artista, el estilo que intente interpretar y la edad en la que comience su educación.

En el canto se deben tener en cuenta los siguientes conceptos:<sup>52</sup>

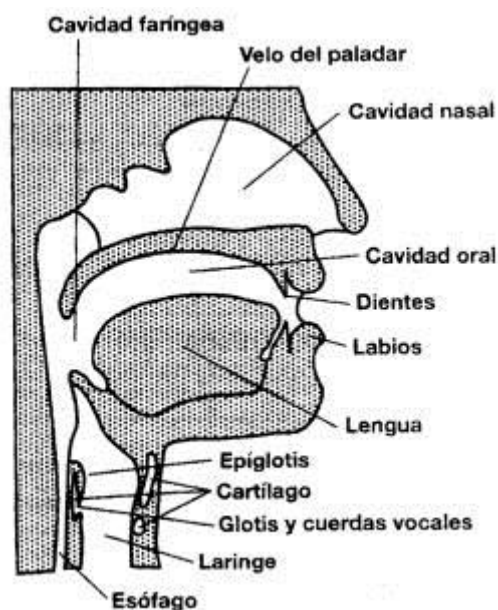
- Vibrato

Consiste en controlar la coordinación entre la “voz de cabeza” (vibración de la capa mucosa) y la “voz de pecho” (vibración de los músculos y ligamentos). Las tres formas de vibrato según Fischer<sup>53</sup> son: Onda espirativa, inducida por el diafragma; onda de glotis, inducida por la glotis; y, onda compleja que combina las anteriores.

---

<sup>52</sup> [[http://es.wikipedia.org/wiki/Voz\\_\(m%C3%BAsica\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Voz_(m%C3%BAsica))]

<sup>53</sup> [Fischer, Peter-Michael (1993). Die Stimme des Sängers. Wiesbaden: Metzler. 3-476-00882-7]

**CUADRO No. 52**

FUENTE: <http://biblioteca.unsl.edu.ar/website/baea/prof-cs/numero15/index.html>

- **Ámbito y tesitura**

El ámbito se refiere al total de frecuencias que puede generar un tracto vocal. Se lo mide por la frecuencia más grave y la más aguda posible. Aquellas notas que son demasiado graves, no poseen un volumen suficientemente audible, mientras que las más agudas poseen un volumen demasiado elevado, por lo que la tesitura trata de hallar una zona con calidad apta para el uso musical.

- **Clasificación voz femenina**

La voz de una mujer puede caer en tres tipos de tesituras, los cuales son: Soprano (voz aguda), Mezzo-Soprano (entre agudo y grave) y Contralto (voz grave).

- Clasificación voz masculina

La voz de un hombre también se clasifica en cualquiera de las siguientes tres tesituras: tenor (voz aguda), Barítono (voz más grave que la de un tenor), y bajos (voz mucho más grave que la de un barítono).

La combinación de técnicas de respiración, relajación, las tesituras, y las técnicas propiamente dichas del canto (lírico, gutural, melódico, etc) será desarrollada según cada estudiante, siempre con la guía del maestro.

#### **4.1.3 SERVICIO DE ENSEÑANZA MUSICAL: BAJO**

El bajo es un instrumento musical de cuerda y de cuerpo hueco, semejante a la guitarra acústica ya mencionada anteriormente, pero de dimensiones mayores. Normalmente el bajo tiene 4 cuerdas afinadas según el estándar del contrabajo (instrumento utilizado en las orquestas sinfónicas). El bajo es un instrumento de acompañamiento, considerado por varios músicos como el alma y sostén de los ritmos, el cual es incluido en prácticamente cualquier género musical, incluyendo: Blues, Flamenco, Jazz, Punk, Reggae y obviamente el Rock.

**CUADRO No. 53**

**FUENTE:** [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Electric\\_bass\\_anatomy.jpg?uselang=es](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Electric_bass_anatomy.jpg?uselang=es)

A pesar de que, al igual que la guitarra, existe el bajo acústico, la enseñanza de este instrumento se centra en la versión eléctrica del mismo, debido a que éste es el bajo utilizado tanto en los ensayos, como en las presentaciones musicales.

Las principales técnicas de ejecución de este instrumento son las siguientes, y en ellas se centra la enseñanza:<sup>54</sup>

- Tocar sentado o tocar de pie.

En lo que respecta a la música Rock, debido al performance que se desarrolla en este estilo de música, casi el total de los bajistas realizan la ejecución de este instrumento de pie. En muy pocas ocasiones, como por ejemplo en una presentación con una orquesta sinfónica, y para determinadas piezas musicales, existe la posibilidad de que un músico toque un contrabajo, y por la dificultad, lo hará sentado.

<sup>54</sup> [[http://es.wikipedia.org/wiki/Bajo\\_el%C3%A9ctrico#T.C3.A9cnicas](http://es.wikipedia.org/wiki/Bajo_el%C3%A9ctrico#T.C3.A9cnicas)]

- Técnica de mano derecha: Pulsación fingerstyle.

A diferencia del contrabajo, el bajo eléctrico se posiciona casi perpendicular al cuerpo del músico. La técnica más comúnmente utilizada es la pulsación con el dedo índice y con la palma de la mano derecha. En ocasiones las pulsaciones son realizadas con los dedos pulgar, anular o meñique.

- Técnica de mano derecha: Slap y pop.

Consiste en golpear con el pulgar derecho las cuerdas graves y pellizcar con los dedos índice y medio las cuerdas más agudas. Luego de ser ejecutada una nota con esta técnica, la mano izquierda puede provocar otras notas mediante la técnica hammer-on (misma técnica utilizada y descrita para guitarra).

- Técnica de mano derecha: Uso de la vitela.

Generalmente en la música Rock se utiliza la vitela en la ejecución del Bajo, para darle mayor fuerza y rapidez. Debido a que las cuerdas del bajo son más gruesas que las de una guitarra, las vitelas también lo son.

- Técnica de mano izquierda: Vibrato.

Se pulsán las cuerdas en cualquier punto del diapasón, para esto se aplica cierta presión en la parte de la cuerda que queda más allá de la nuez del instrumento.

- Técnica de mano izquierda: Bending.

Se desliza la mano a lo largo del diapasón para obtener una línea de bajo, es decir una sucesión de notas graves, propias del Bajo.

- Técnica de mano izquierda: Armónicos.

Se aplica una ligera presión de la cuerda en dirección hacia el traste, pero evitando que la misma llegue a tocar a este último, para posteriormente pulsar la cuerda con la mano derecha.

- Técnica de mano izquierda: Glissando.

Se desplaza la mano sobre el diapasón, en ambas direcciones. Se puede tener un efecto más sutil cuando apenas y se pulsa la cuerda con la otra mano (derecha). En el caso de géneros musicales fuertes, como el Heavy Metal, se utiliza la vitela para rasgar la cuerda longitudinalmente.

- Técnica de mano izquierda: Tapping a dos manos.

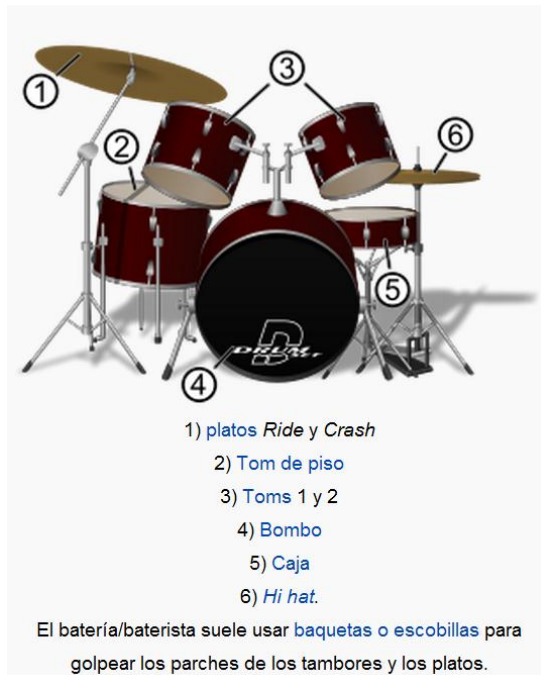
De ejecución compleja, esta técnica consiste en el empleo de ambas manos para ejecutar veloces pasajes musicales, presionando las cuerdas contra los trastes del diapasón.

#### **4.1.4 SERVICIO DE ENSEÑANZA MUSICAL: BATERÍA**

La batería es un instrumento de percusión compuesto de diversos elementos, los mismos que son ejecutados por un solo músico.

El tocar batería resulta un verdadero reto, más que por la dificultad en sí que representa el instrumento, debido a la sonoridad que implica tocar cada una de sus partes.

El servicio consiste tanto en la enseñanza de técnicas de ejecución, como en ofrecer un lugar acústicamente adecuado y aislado para que resulte una experiencia en la cual el músico pueda apreciar cada una de las ejecuciones que realiza en el instrumento, sin tener que preocuparse de molestar a otros por la sonoridad del instrumento.

**CUADRO No. 54**

**FUENTE:** [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Drum\\_set.svg?uselang=es](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Drum_set.svg?uselang=es)

Los principales conceptos y principios que se contempla en la enseñanza de batería, son los siguientes:<sup>55</sup>

- Grooves.

Se trata de la figura musical principal con la cual se interpreta una canción o un solo en batería. Consiste en dos partes: El ritmo principal que provee la base rítmica de una canción, y los arreglos y variaciones que llenan la interpretación musical.

<sup>55</sup> [<http://en.wikipedia.org/wiki/Drums#Playing>]

- Fills

Se trata de una variación del ritmo principal que se está tocando en una canción. Puede utilizarse al principio o final de una canción, así como para realiza un cambio en la canción. Se puede considerar como un “solo” corto dentro de la estructura de la canción.

- Grips.

Existen dos estilos principales en los que la baqueta es sostenida, y son los siguientes:

Tradicional: Se lo utilizaba para tocar los tambores de guerra. La mano izquierda sostenía la baqueta sobre sí, y la derecha debajo de sí. Esta posición de las baquetas facilitaba la movilización del músico de guerra.

Idéntico (Técnica Alemana): En este caso ambas baquetas son sostenidas de la misma manera (ambas baquetas debajo de ambas manos).

**CUADRO No. 55**



**FUENTE:** <http://yourdrums.co.uk/>

Parte del desarrollo musical del estudiante será la enseñanza, en especial, del afinado de la batería, debido a que éste no es tan definido como en el resto de instrumentos.

De igual manera, la amplificación de este instrumento es distinta del resto, debido a que se necesita un micrófono para cada una de las partes que tenga la batería, y dependiendo de lo que se quiera amplificar, se utilizará un micrófono distinto. El estudiante estará en capacidad de reconocer cuál micrófono es el que necesita, y adicionalmente reconocerá las diferencias existentes entre las distintas series existentes.

#### **4.1.5 SERVICIO DE ENSEÑANZA MUSICAL: TECLADOS**

Existen numerosas bandas de Rock, a las cuales les basta tener los 4 instrumentos descritos anteriormente, para poder ejecutar las piezas musicales deseadas. De hecho podría tratarse de la mayoría de bandas, las que consideran esto.

Para la ejecución de canciones del género Rock, se utiliza el teclado electrónico, o sintetizador, como es conocido comúnmente en nuestro medio. Estos instrumentos se utilizan para reproducir sonidos semejantes a los de piano y órganos, sin embargo también pueden reproducirse sonidos de guitarra, trompeta y hasta batería.

Las bandas que lo utilizan, lo hacen para realizar un “llenado” musical, es decir que se completan las figuras musicales con este instrumento. Así mismo se lo usa para dar mayor fuerza a la interpretación musical, o llevar una base rítmica más completa.

El teclado posee 7 teclas blancas y 5 negras. Este conjunto de 12 teclas se denomina una octava (hace referencia a la escala de notas desde DO-RE-MI-FA-SOL-LA-SI-DO). Las teclas negras se encuentran entre las blancas y con tanto un bemol, como un sostenido. Estos conceptos son profundizados y deberán ser dominados por el estudiante y/o músico, tanto en la teoría, como en la práctica musical.<sup>56</sup>

#### CUADRO No. 56



FUENTE: <http://interpreta-sones.blogspot.com/2010/08/akai-mpk49.html>

Para la enseñanza del piano existen diversos métodos, entre los cuales tenemos los siguientes:<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> [[http://es.wikipedia.org/wiki/Piano\\_el%C3%A9ctrico](http://es.wikipedia.org/wiki/Piano_el%C3%A9ctrico)]

<sup>57</sup> [<http://html.rincondelvago.com/ensenanza-de-piano.html>]

- Pentacordos.

Su nombre se basa en la utilización de los 5 dedos en la ejecución del instrumento musical. Mediante esta técnica, se van generando 5 sonidos, uno por cada dedo, y se van realizando desplazamientos sucesivos, de tal manera que producen tanto sonidos naturales, como alterados de la escala.

- Método japonés para piano.

Consiste en el desarrollo motriz del alumno, la lectura y la escritura musical. El alumno deberá ser capaz de ejecutar el instrumento tanto como solista, como siendo parte de un ensamble.

- Método Horowitz.<sup>58</sup>

Consiste en utilizar los músculos de los brazos, sin tensionarlos, y tratando de optimizar el movimiento de las manos, para cuando se necesite realizar un cambio en la escala musical. En este método también se toma en cuenta la necesidad de tener una buena postura de la espalda, tomando en cuenta que el asiento no tiene espaldar. Para la enseñanza de este instrumento, se tendrán en cuenta las técnicas auditivas empleadas en la ejecución del piano orquestal, debido a la dificultad propia de la armonización con el resto de instrumentos, y a la base rítmica que debe ser mantenida.

---

<sup>58</sup> [<http://www.pianored.com/musica/2007/06/04/tecnica-piano-horowitz/>]

#### **4.1.6 SERVICIO DE ESTUDIO DE GRABACIÓN**

Este servicio comprende todo el proceso de grabación y compilación musical, para la producción de un CD. Se captan los sonidos provenientes de los distintos instrumentos musicales ejecutados por la banda de Rock, se realiza la mezcla y masterización de los mismos, y finalmente luego de haber realizado la proyección de ventas, se producen el número de copias del CD.

El servicio incluye el diseño de la portada del CD, la publicidad, y las relaciones públicas necesarias para realizar el lanzamiento del mismo: presentaciones de los artistas en vivo y entrevistas en distintos medios de comunicación. La grabación se la realiza en dos ambientes: una sala de captación y una sala de control.<sup>59</sup>

En la sala de captación es donde se encuentran los instrumentos musicales, los micrófonos para la amplificación de los mismos y las líneas de envío a la sala de control. Este recinto debe tener tanto aislamiento, como adecuación acústica. El aislamiento comprende el control del sonido que sale desde la sala de captación hacia las habitaciones contiguas, o que se encuentran en pisos superiores o inferiores. Para realizar el aislamiento se tendrá en cuenta que la sala debe tener ventilación adecuada para comodidad de los músicos, sin que existan filtraciones de sonidos. Así mismo la temperatura deberá ser adecuada, para evitar que los equipos se sobrecalienten y existan fallas técnicas en los

---

<sup>59</sup> [[http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio\\_de\\_grabaci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_grabaci%C3%B3n)]

mismos. El cableado deberá ser subterráneo o estar en canaletas adecuadas, para así evitar su prematuro desgaste.

La adecuación acústica tiene que ver con el control de la distorsión acústica que existe dentro de la sala. Mientras más alta es la adecuación, más nítida será la grabación y mayor la calidad. Para esta adecuación se necesita una combinación de materiales en la construcción de las paredes, y un recubrimiento especial sobre las mismas, para que las ondas sonoras se suavicen y no exista un rebote pronunciado de las mismas.

La grabación instrumental, se la hace uno por uno los instrumentos. En primer lugar se graba la percusión (batería), en segundo lugar la guitarra, luego el bajo, teclado (si existiera), y finalmente la voz. Solamente para la batería y para la voz se necesitan micrófonos para la grabación. En el caso de la batería, se necesita un micrófono por cada una de las partes de ésta. El resto de instrumentos se conectan directamente al sistema de grabación, amplificación y retorno, por lo que no es necesario el uso de micrófonos.

Finalmente, la sala de control, es el lugar donde se encuentran los dispositivos destinados a la grabación propiamente dicha, es decir que aquí se realizan las mezclas, las multipistas, racks de proceso, equipo de monitores, ecualización del sonido, entre otros procesos que devienen de la grabación de la captación de los sonidos.

#### **4.1.7 SERVICIO DE LOCAL DE ENSAYOS.**

Este servicio será provisto en las mismas instalaciones del estudio de grabación.

Debido a la gran sonoridad que representa la ejecución de los instrumentos musicales mencionados anteriormente, sobretodo de la batería, en muchas ocasiones esta ejecución se vuelve un problema, ya que la mayoría de músicos no poseen un lugar acústicamente adecuado y aislado.

La mayoría de músicos, en especial aquellos que se encuentran empezando a tocar con otros músicos (empezar a tocar en una banda), realizan sus ensayos y repasos en la casa de uno de ellos; generalmente los repasos se realizan en la casa del baterista, ya que este instrumento está compuesto por varias partes de gran tamaño, lo cual dificulta su movilización.

La sonoridad de los instrumentos hace que se presenten problemas con los vecinos de las casas contiguas o cercanas a donde se llevan a cabo los ensayos.

Es por este motivo que la academia también ofrecerá el servicio de un local de ensayo, en el cual sea posible grabar las ejecuciones musicales que se realicen durante los ensayos de tal manera que los músicos puedan apreciar su desempeño.

#### **4.1.8 ASESORÍA MUSICAL Y COMERCIAL.**

Este servicio se centra en enseñar a los artistas a explotar su capacidad musical y su desenvolvimiento tanto dentro del escenario como fuera de él. El artista debe saber que para llegar al público se debe tener obviamente el talento musical necesario, pero así mismo un impacto visual positivo.

El reconocimiento hacia un artista viene acompañado por la expectación que genera cuando está en el escenario, y cuando se encuentra en el proceso de creación musical (nuevo material discográfico). El artista debe dedicarse tanto a la creación musical, como al desarrollo y mejoramiento de su desenvolvimiento escénico. El resto de actividades, tales como: publicidad de su material, búsqueda de contratos, presentaciones y entrevistas, deben ser llevadas a cabo por una persona encargada exclusivamente para esto. En el caso de las bandas de Rock en Quito, esto no se presenta, ya que son los músicos quienes hacen las veces de representante, músico, auxiliar de sonido, entre otras funciones.

Para la academia propuesta en el presente trabajo, se contará con personal capacitado para realizar las actividades extra-musicales, y asesorar a los músicos sobre la mejor vía para llegar a su público.

Debido a que dentro del Rock existen diversos géneros, no se pueden tratar a todas las bandas con el mismo criterio, justamente por el hecho de que al ser distintas, su público también tendrá distintas características. Así tenemos que,

por ejemplo, una banda de Heavy Metal podrá encontrar seguidores en la mayoría de los barrios de la ciudad, mientras que una banda de Doom Metal (mucho más pesado y “underground”) probablemente encuentre a sus seguidores concentrados en barrios populares al sur de la ciudad.

El conocimiento de estas variables no debe ser preocupación de parte del músico-intérprete, sino de un mánager del mismo. Es por este motivo que se provee este servicio, en búsqueda del perfeccionamiento musical, y la profesionalización del ambiente musical. Dicho en otras palabras, el músico debe dedicarse a hacer música, y sus asesores al resto de aspectos.

#### **4.1.9 CURSOS DE VERANO**

En estos cursos básicamente se ofrece enseñanza generalizada de los instrumentos anteriormente mencionados, para personas desde los 5 hasta los 40 años de edad. A diferencia de los anteriores cursos, la enseñanza no se centra en ningún instrumento, sino que mediante técnicas de desarrollo musical en el estudiante, se trata de dar al mismo una idea de cuál puede ser el instrumento en el que pudiera especializarse en el futuro, y se le enseñan los fundamentos para que esté en capacidad de ejecutar interpretaciones sencillas. Al finalizar el curso el estudiante podrá interpretar una canción de composición musical sencilla, en cada uno de los instrumentos.

Se espera de los estudiantes, que al menos en principio, tomen al curso como un pasatiempo en el cual estén dispuestos a invertir parte de su tiempo libre.

Sin embargo en el enfoque del curso no se descarta la posibilidad de hallar personas con un talento musical importante que permita contemplar una especialización mucho más formal.

El carácter lúdico de estos cursos hace que el nivel de enseñanza sea mucho menos exigente que los cursos de especialización anteriormente mencionados.

El curso de verano, tal como su nombre lo indica, se lo dictará durante los meses de vacaciones de los estudiantes de escuela, colegio y universidades (periodo de 4 meses al año, desde mayo hasta agosto).

## **4.2 ENTORNO ORGANIZACIONAL**

### **4.2.1 NOMBRE**

El nombre de la academia es Rockin' Quito.

Actualmente no existe ningún establecimiento que tenga este nombre. El nombre intenta expresar que en Quito se “roquea”, término que indica que se escucha y se disfruta de la música Rock, en Quito.

Para aquellas personas que son más adentradas en el tema de la música Rock, podrán notar que el nombre hace alusión al evento anual llamado Rock in Rio, el cual reúne a las más destacadas bandas y figuras roqueras del mundo. Este

evento se lleva a cabo en 3 ciudades: Río de Janeiro (Brasil), Lisboa (Portugal) y Madrid (España).<sup>60</sup>

#### 4.2.2 SLOGAN

##### “TALENTO Y PASIÓN POR LA MÚSICA”

Debido a que el nombre ya contiene la palabra Rock, se decide no incluirla nuevamente en el slogan, el cual se enfoca en fijar en la mente de las personas dos grandes pilares que mueven a las personas hacia la excelencia: Talento porque es algo con lo que se nace, y pasión porque es algo necesario para poder mantenerse realizando algo a través del tiempo.

La mezcla de ambas cualidades generan músicos de excelencia, ya sean profesionales o amateurs.

#### 4.2.3 LOGO



---

<sup>60</sup> [<http://www.rockinrio.com/>]

#### **4.2.4 MISIÓN**

Fomentar el conocimiento y la práctica de música Rock en Quito, mediante enseñanza formal y personalizada, en instalaciones modernas y con personal capacitado, para así producir músicos roqueros amateurs y profesionales de excelencia.

#### **4.2.5 VISIÓN**

Ser la academia líder en el 2017 en capacitación, asesoría y desarrollo de talentos musicales enfocados en la música Rock.

#### **4.2.6 VALORES CORPORATIVOS**

Los valores de la academia permitirán trazar el marco ético mediante el cual las personas relacionadas con la misma puedan basar sus acciones. Los valores que proporcionarán una guía para la toma de decisiones serán los siguientes:

- **Excelencia**

Tanto en la parte académica, como en la administrativa, se deberá transmitir un mensaje claro: Las cosas se están haciendo bien. Las personas que tomen los servicios de Rockin' Quito, deberán sentir que existe un esfuerzo consciente por generar músicos, grabaciones, ensayos y asesorías de la más alta calidad.

**- Pasión**

Las personas que trabajan en Rockin' Quito, deben gustar de lo que hacen, de esta manera podrán dar lo mejor de sí mismos, y transmitirán la emoción de estar trabajando para conocer y crear un mundo alrededor de la música Rock.

**- Honestidad**

Cada vez que se enseñe o se practique, ya sea una técnica, una canción, un método, etc., se aclarará de dónde proviene dicho conocimiento y el nombre del autor. Como academia, Rockin' Quito no se atribuirá a sí, nada que no sea de su autoría.

**- Perseverancia**

En el mundo de la música, y más aún en un mercado musical sumamente pequeño como es el ecuatoriano, es difícil hallar reconocimiento económico y mediático, para bandas de Rock. Por este motivo, uno de los pilares del accionar de la academia será el buscar continuamente apoyo y exposición a medios de comunicación, que den a conocer los servicios que se ofrecen y los resultados que los clientes han experimentado. Este proceso requiere que los implicados busquen resultados, y tengan paciencia hasta obtenerlos.

### - **Innovación**

Los colaboradores de la academia, deberán estar siempre atentos a cambios en el entorno tanto local, como internacional y hacer que las actividades de la misma se adapten lo más pronto posible a los cambios que se susciten.

Un ambiente agradable, abierto a opiniones de todos los niveles y en el cual se premie a las ideas innovadoras, permitirá que la academia se encuentre en constante innovación.

#### **4.2.7 OBJETIVOS CORPORATIVOS**

- Mantener la rentabilidad del negocio por encima del 15% anual, para así mantener las operaciones de la academia a través del tiempo, y aportar al crecimiento económico de la ciudad.
  
- Ser la mejor opción académica para el aprendizaje musical, con enfoque en el género Rock, en la ciudad de Quito, y con proyección internacional por sus altos estándares.
  
- Ser una academia reconocida por su excelencia en la atención al cliente, y sus instalaciones y equipos de primera.

- Consolidar el nombre Rockin' Quito en la mente de los habitantes de la ciudad, sean o no éstos clientes de la academia, para que así en el tiempo hacer de este nombre parte de la identidad quiteña.
  
- Ser una entidad socialmente responsable que fomente el desarrollo cultural de la ciudad de Quito, más allá del campo musical.

### **4.3 ESTRATEGIAS DE MERCADEO**

#### **4.3.1 Matriz FODA**

Este análisis permitirá determinar las principales fortalezas y debilidades que posee la academia, y a la vez establecer las principales oportunidades y amenazas que se presentan en el entorno, de tal manera que las fortalezas puedan ser utilizadas para aprovechar las oportunidades o evitar las amenazas, y las debilidades sean llevadas a un nivel manejable. Para esto se realizará una matriz en la que se tracen estrategias que combinen los 4 factores: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

**CUADRO No. 57**

<b>MATRIZ FODA</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
		F1: Instalaciones modernas con equipos de última generación. F2: Profesores y músicos capacitados. F3: Centro de conocimiento especializado, y de referencia para la comunidad roquera. F4: Contactos clave.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
O1: Expandir operaciones a otras ciudades del país. O2: Apoyo del Municipio de Quito, para actividades culturales. O3: Aumento del nivel de ingresos en la población quiteña.	O1 Y F3: Crear sucursales en Cuenca y Guayaquil O2 Y F4: Participar activamente de eventos culturales realizados en Quito. O3 Y F1,F2: Cubrir los costos de mantenimiento de la academia, de acuerdo al nivel de ingresos de la población quiteña	O1 Y D1: Dar a conocer las actividades de la academia para posicionar su nombre. O2 Y D3: Buscar apoyo del municipio de Quito para la negociación con auspiciantes que trabajen con dicha institución O3 Y D2: Cubrir los costos de mantenimiento de la academia, de acuerdo al nivel de ingresos de la población quiteña. O3 Y D4: Incentivar económicamente y moralmente a los músicos para que obtengan su título profesional.
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
A1: Posible exigencia de títulos académicos de cuarto nivel para profesores. A2: Falta de cultura de compra de productos discográficos originales. A3: Falta de apoyo de los padres por formalizar la educación musical de sus hijos.	A1 Y F2: Armar un plan de carrera para cada uno de los profesores en base al conocimiento y experiencia que ya poseen. A3 Y F3: Convertirse en un centro de asesoramiento musical para adolescentes	A2 Y D1: Realizar una campaña publicitaria que muestre las actividades y principios de la academia. A1, D2 Y D4: Búsqueda de alianzas con instituciones educativas y culturales:

**FUENTE:** Investigación realizada**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez**Fuerzas Internas:****Fortalezas:**

**F1: Instalaciones modernas con equipos de última generación:** El uso de equipos modernos, con tecnología de punta, hace que el estudio de grabación que pertenece a la academia sea una opción atractiva frente a otras, debido a que se asegurará trabajos con la mayor fidelidad posible.

**F2: Profesores y músicos capacitados:** En la plantilla de profesores de la academia, se contará con músicos que tengan conocimiento y experiencia en el desenvolvimiento escénico. Para la enseñanza meramente teórica, los profesores contarán con título de tercer nivel.

**F3: Centro de conocimiento especializado, y de referencia para la comunidad roquera.:** Los Servicios de asesoría musical y comercial, con un enfoque especializado en el género Rock, harán de la academia un centro de conocimiento y de referencia para la escena roquera de Quito.

**F4: Contactos clave:** El lobby de “Rockin’ Quito” estará compuesto por músicos, agentes, publicistas y relacionistas públicos, nacionales y en lo posible internacionales, quienes facilitarán que la academia participe en eventos y concursos musicales.

**Debilidades:**

**D1: Falta de reputación en el mercado:** Al ser una academia completamente nueva, las personas no tendrán conocimiento de las labores de la misma, sino hasta que se comience a realizar la campaña publicitaria.

**D2: Altos costos de mantenimiento:** Al tener equipos de última generación y personal de gran nivel, los costos de mantenimiento y de honorarios, respectivamente, serán elevados, y muy elevados hasta que se alcance un gran número de clientes.

**D3: Bajo poder de negociación con proveedores y auspiciantes:** Hasta que se alcance un nivel aceptable de reputación en el mercado, los términos de negociación no serán de lo más favorables para la academia.

**D4: Músicos roqueros sin título académico:** Debido a la informalidad, el auto-didacticismo, entre otros factores, gran parte de los músicos de la escena roquera de Quito (los cuales probablemente trabajen en “Rockin’ Quito”) no posee un título académico con mención en alguna rama concerniente a la música. Esto representa un serio inconveniente, debido a que la academia estará bajo la rectoría del Ministerio de Educación, institución que obliga a que la plantilla docente posea como mínimo título de tercer nivel.

### **Fuerzas Externas:**

### **Oportunidades:**

**O1: Expandir operaciones a otras ciudades del país:** Debido a que la cultura roquera se encuentra en varios sitios del Ecuador, las operaciones de “Rockin’ Quito” pueden ser expandidas hacia otras ciudades.

**O2: Apoyo del Municipio de Quito, para actividades culturales:** Desde hace algunos años el cabildo quiteño otorga espacios para la escena roquera, tales como: Quito Fest, Semana del Rock, Show de fin de año en la concha acústica, Rockmiñawi<sup>61</sup>, entre otros.

**O3: Aumento del nivel de ingresos en la población quiteña:** Ostensiblemente el nivel de vida en Quito ha mejorado, producto de la prosperidad económica. Esto aumenta la posibilidad de que la población pueda

---

<sup>61</sup> [<http://rockminawi.blogspot.com/>]

adquirir servicios y productos no convencionales, tales como los ofrecidos por “Rockin’ Quito”.

### **Amenazas:**

**A1: Posible exigencia de títulos académicos de cuarto nivel para profesores:** con la aprobación de la nueva ley de educación, y la posibilidad de reformas a la misma, existe la posibilidad de que el nivel de exigencia de titulación académica de profesores se incremente también para los profesores de la academia.

**A2: Falta de cultura de compra de productos discográficos originales:** En Ecuador, la gran mayoría de personas compran las copias piratas de material discográfico, tanto de artistas nacionales, como extranjeros. Esto perjudica también a la academia, ya que no se puede exigir un cobro mayor por la grabación de CD’s, sabiendo que gran parte de la ganancia del artista se perderá por las compras de copias pirata.

**A3: Falta de apoyo de los padres por formalizar la educación musical de sus hijos:** Comúnmente la edad en la que se comienza a gustar del Rock, y se desea comenzar a tocar algún instrumento, es durante los primeros años de la adolescencia<sup>62</sup>, etapa en la que pocas personas trabajan, y los padres consideran que la educación musical de sus hijos no es crucial para su desarrollo. Durante esta etapa los músicos, comúnmente amateurs, han preferido aprender por sí

---

<sup>62</sup> [[http://www.consumosculturales.gov.ar/index.php?option=com\\_ccs&task=grupocultural&cid\[\]=3](http://www.consumosculturales.gov.ar/index.php?option=com_ccs&task=grupocultural&cid[]=3)]

mismos y no invertir en su pasatiempo, más que para comprarse el instrumento deseado.

- **Análisis estrategias genéricas**

- **Estrategias FO**

**O1 Y F3: Crear sucursales en Cuenca y Guayaquil:** Al hacer de “Rockin’ Quito” un centro de conocimiento y referencia, se ganará en prestigio y reconocimiento a nivel nacional, lo que favorecerá la creación de sucursales en las otras 2 ciudades más grandes del Ecuador.

**O2 Y F4: Participar activamente de eventos culturales realizados en Quito:** Mantener contacto con personal de la agenda cultural del Municipio de Quito, para que la academia sea tomada en cuenta en la realización de eventos de dicha índole.

**O3 Y F1, F2: Calidad de servicios de acuerdo al nivel adquisitivo de la población quiteña:** El nivel adquisitivo no solamente se refiere al aspecto económico, sino también a la capacidad de adquirir información. En una época en la que el acceso a la información es sumamente fácil, y se extiende a gran parte de la población, es importante que la calidad de los servicios cubra tanto los aspectos tangibles, como los intangibles del mismo (Instalaciones y conocimiento, respectivamente).

- **Estrategias DO**

**O1 Y D1: Dar a conocer las actividades de la academia para posicionar su**

**nombre:** Ofrecer servicios de gran calidad en instalaciones de primera, dará a la academia prestigio, primero a nivel de ciudad, y posteriormente a nivel nacional, mediante una adecuada publicidad.

**O3 Y D2: Cubrir los costos de mantenimiento de la academia, de acuerdo**

**al nivel de ingresos de la población quiteña:** El nivel de ingresos de la población quiteña, en general, ha aumentado en los últimos años. Esto favorece a que los potenciales clientes puedan cubrir las tarifas por servicios de la academia, de tal manera que cubran los costos de los mismos, y generen rentabilidad.

**O2 Y D3: Buscar apoyo del municipio de Quito para la negociación con**

**auspiciantes que trabajen con dicha institución:** Para los eventos culturales que realiza el municipio de Quito, éste cuenta con auspiciantes. Dada la naturaleza académica y cultural de las actividades que “Rockin’ Quito” llevará a cabo, se buscará el apoyo del Municipio de Quito para las negociaciones con dichos auspiciantes, de tal manera que las condiciones sean favorables para la academia, y se lleguen a acuerdos con la mayor parte de auspiciantes que a la misma le convenga.

**O3 Y D4: Incentivar económicamente y moralmente a los músicos para**

**que obtengan su título profesional:** Debido a que la mayoría de los músicos

de la escena roquera no pueden obtener todos los recursos económicos de sus actividades profesionales-musicales, se incentivará a que obtengan un título de tercer nivel, para que así puedan formar parte de “Rockin’ Quito”, y aumenten tanto su nivel de ingresos, como su satisfacción personal, porque podrán dedicarse a la actividad musical, de la cual gustan.

- **Estrategias FA**

**A1 Y F2: Armar un plan de carrera para cada uno de los profesores en base al conocimiento y experiencia que ya poseen:** Cada uno de los profesores con los que cuenta la academia, tiene un área de especial interés y/o experiencia; es en esta área en la que se trazara la posibilidad de obtener un título especializado de cuarto nivel. A la vez que el nivel de conocimientos de los profesores aumentaría, también se vería muy beneficiado el prestigio de la academia, por lo que en base a eso, un incremento razonable en los costos sería justificado.

**A3 Y F3: Convertirse en un centro de asesoramiento musical para adolescentes:** Al ser un referente para la comunidad roquera, la academia prestará ayuda personalizada para cada uno de los casos en los que adolescentes deseen estudiar o formar parte de la misma, pero que no cuenten con el apoyo de sus padres. Para esto se estudiará cada caso y se intentará llegar a acuerdos entre los padres y el adolescente que desee estudiar y formar parte de “Rockin Quito”.

### - Estrategias DA

**A2 Y D1: Realizar una campaña publicitaria que muestre las actividades y principios de la academia:** Mediante una fuerte campaña publicitaria se dará a conocer los servicios, labor, actividades, y postura frente al consumo de productos originales, que la academia tiene. Esta campaña será convincente y clara, para que así atraiga a clientes, y a la vez comience a crear una cultura en torno a varias actividades que sean llevadas a cabo por la academia. El aumento de clientes generaría mayores recursos económicos.

**A1, D2 Y D4: Búsqueda de alianzas con instituciones educativas y culturales:** Debido al alto costo que representaría la obtención de títulos académicos para los profesores y para los músicos profesionales, se buscarán alianzas con instituciones educativas que puedan otorgar beneficios tales como becas, financiamiento educativo, entre otros, para que el cuerpo docente de la academia pueda financiar y realizar sus estudios.

#### 4.3.2 Matriz EFE

EFE corresponde a las siglas de Evaluación de Factores Externos. En esta matriz se asignan valores a los factores críticos del éxito relacionados con el entorno (oportunidades y amenazas). El valor que se le otorga a cada uno de estos factores depende de la contribución que cada uno de ellos hace al éxito de la academia.

En la matriz este valor asignado toma el nombre de peso, y está entre 0.0 (poco importante) hasta 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia que un factor tiene para que la academia alcance el éxito. La suma total de los pesos debe ser de 1.

Adicionalmente, en la matriz se calificará a cada uno de estos pesos con valores entre 1 y 4 (sólo números enteros). La calificación de cada uno de estos valores mostrará la capacidad que tiene la academia para responder ante dichos factores externos.

Finalmente el peso y la calificación se multiplican, para así obtener el factor ponderado de cada uno de los factores externos críticos.

Los factores externos son los mismos que se analizaron en la matriz FODA.

#### CUADRO No. 58

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
<b>OPORTUNIDADES</b>			
O1: Expandir operaciones a otras ciudades del país.	0,15	2	0,30
O2: Apoyo del Municipio de Quito, para actividades culturales.	0,25	4	1,00
O3: Aumento del nivel de ingresos en la población quiteña.	0,20	3	0,60
<b>AMENAZAS</b>			
A1: Posible exigencia de títulos académicos de cuarto nivel para profesores.	0,15	3	0,45
A2: Falta de cultura de compra de productos discográficos originales.	0,10	3	0,30
A3: Falta de apoyo de los padres por formalizar la educación musical de sus hijos.	0,15	3	0,45
<b>TOTAL</b>	1		3,1

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

Con una suma de 3,1 sobre 4, de los factores externos críticos, se demuestra que la academia está en un buen nivel para responder ante las amenazas y oportunidades que el entorno le presente. Ante las oportunidades, la academia tendrá la capacidad de poder aprovecharlas de una manera bastante rápida, y ante las amenazas podrá evitarlas o reaccionar de tal manera que sus efectos se verán minimizados.

Se ha dado el mayor peso a la oportunidad 2, debido a que, al tratarse de una academia nueva, es muy importante el apoyo de una institución pública, la cual de una u otra forma tiene credibilidad y respeto.

### **4.3.3 Matriz EFI**

EFI corresponde a las siglas de Evaluación de Factores Internos. En esta matriz se asignan valores a los factores críticos del éxito relacionados con el ambiente interno (fortalezas y debilidades). El valor que se le otorga a cada uno de estos factores depende de la contribución que cada uno de ellos hace al éxito de la academia.

En la matriz este valor asignado toma el nombre de peso, y está entre 0.0 (poco importante) hasta 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia que un factor tiene para que la academia alcance el éxito. La suma total de los pesos debe ser de 1. Adicionalmente, en la matriz se calificará a cada uno de estos pesos con valores entre 1 y 4 (sólo números enteros). La calificación de cada

uno de estos valores mostrará la capacidad que tiene la academia para utilizar sus fortalezas o minimizar sus debilidades.

Finalmente el peso y la calificación se multiplican, para así obtener el factor ponderado de cada uno de los factores internos críticos. Los factores internos son los mismos que se analizaron en la matriz FODA.

### CUADRO No. 59

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
<b>FORTALEZAS</b>			
F1: Instalaciones modernas con equipos de última generación.	0,20	4	0,80
F2: Profesores y músicos capacitados.	0,20	4	0,80
F3: Centro de conocimiento especializado, y de referencia para la comunidad roquera.	0,10	3	0,30
F4: Contactos clave.	0,05	3	0,15
<b>DEBILIDADES</b>			
D1: Falta de reputación en el mercado.	0,10	3	0,30
D2: Altos costos de mantenimiento.	0,20	2	0,40
D3: Bajo poder de negociación con proveedores y auspiciantes.	0,10	3	0,30
D4: Músicos roqueros sin título académico.	0,15	2	0,30
<b>TOTAL</b>	<b>1,1</b>		<b>3,35</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

La suma del total de factores ponderados es de 3,35 sobre 4. Esto nos indica que existe una fuerte posición interna de la academia para aprovechar sus fortalezas y neutralizar sus debilidades. En el caso de los factores internos se ha considerado que las instalaciones, el cuerpo docente y los altos costos de mantenimiento son los que tienen un mayor peso, ya que son los que tienen un mayor impacto financiero evidente.

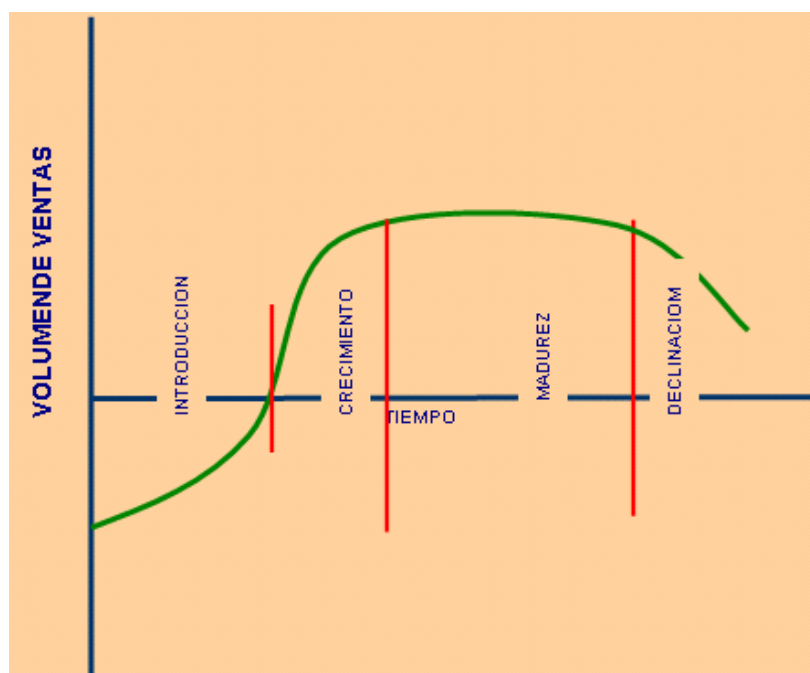
#### **4.3.4 MARKETING MIX**

Para que las actividades de “Rockin’ Quito” den los resultados deseados, se deberá trazar el marketing mix de Producto, Plaza, Precio y Promoción, y las estrategias que permitan de cada uno, que permitan alcanzar las metas deseadas para la academia.

##### **i. Producto**

###### **- Ciclo de vida**

Se analizará las distintas etapas por las que pasará la academia, para diseñar la estrategia adecuada para cada una de ellas, y así hacer que la vida de la academia se prolongue tanto como sea posible.

**CUADRO No. 60**

**Fuente:**<http://www.monografias.com/trabajos32/mercadotecnia-digital/mercadotecnia-digital4.shtml>

- **Etapas de introducción.**

La etapa de introducción de la academia comenzará después de 2 años en los cuales se ha investigado a detalle el mercado de la ciudad de Quito. Durante este tiempo se ha llegado a la conclusión de que no existe una academia musical enfocada al género musical del Rock, la cual ofrezca un servicio de desarrollo integral para músicos que gusten de este género.

“Rockin’ Quito” ingresará al mercado con una fuerte campaña publicitaria que llamará la atención tanto de su grupo de interés, el cual está conformado por todas las personas que gustan del Rock y las personas que influyen en su toma de decisiones, como de aquellas que

no. En la fase de introducción la impresión que debe causar la academia, es de un lugar en el cual las cosas se van a hacer bien y se tiene una proyección muy grande de actividades, de tal manera que las personas sepan que se trata de un punto de referencia.

En esta etapa, muchas personas que gusten del Rock seguirán yendo a otras academias musicales, debido a que aquellas ya tienen su prestigio ganado y parte de sus clientes se encuentran fidelizados. Es por este motivo que la publicidad y promoción que se desarrolle para “Rockin’ Quito” deberá ser sumamente agresiva, buscando alianzas con distintas entidades que ayuden a la consecución de objetivos a lo largo de todo el proceso de preparación de los músicos.

En esta etapa el precio será un factor sumamente crítico, ya que por tratarse de una academia nueva, si bien es cierto no podrá dispararse con respecto al mercado, tampoco podrá mantenerse tan cerca del mismo, ya que no existe otra academia que proporcione los mismos servicios de manera integral.

La duración de esta etapa probablemente llegue a durar varios años. El motivo principal para esto, es la diferencia del precio de los servicios, con respecto al mercado de las academias musicales en la ciudad de Quito. Durante esta etapa los productos sustitutos podrían llegar a ser la elección de los clientes potenciales, debido a que al menos en el primer

año de actividades, la academia no contará con todo el prestigio, alianzas y presentaciones hacia el público.

- **Etapa de crecimiento.**

Esta etapa se caracterizará por el aumento sostenido en las ventas; no solamente que crecerán con respecto al inicio de las actividades de la academia, sino que muy probablemente tengan un crecimiento mayor al de la competencia, debido a la integralidad de los servicios ofrecidos, y al prestigio ganado hasta el momento.

A la vez que el aumento de las ventas marcará el fin de la etapa de introducción, y el inicio de la etapa de crecimiento, se presentará el ingreso de nuevos competidores al mercado. Por este motivo la campaña publicitaria y promocional deberá mantenerse, e incentivar de esta manera la creación de demanda.

En esta etapa el mercado de la preparación de músicos roqueros en Quito, deberá hallarse con un desarrollo razonable, de tal manera que los clientes y las ventas provengan de un crecimiento del mercado, más que de los competidores de la academia.

Sin embargo la tasa de crecimiento de las ventas no podrá mantenerse, y comenzará a disminuir debido a que pronto se encontrará con la campaña agresiva de la competencia directa de la academia, la cual

mediante productos y servicios sustitutos pondrá sus esfuerzos por captar parte de los clientes. Hacia el final de esta etapa el crecimiento de las ventas se mantendrá muy cercano a cero. Para esto habrán pasado varios años.

En esta etapa será fundamental que el precio y las condiciones de la adquisición de los servicios sean de lo más favorables hacia el cliente. La academia deberá hallar la manera de hacer que los beneficios obtenidos cubran los costos y generen la rentabilidad deseada.

- **Etapa de madurez.**

La etapa de madurez empieza con la declinación hasta cero del crecimiento de las ventas. En este momento se dice que la academia ha alcanzado la madurez, debido a que sus actividades se encuentran en un mercado desarrollado.

El volumen de las ventas se mantendrá relativamente constante, viéndose eventualmente afectado por problemas de coyuntura, tales como contracción en la economía del país y la región, cambios tributarios importantes, entre otros.

Al llegar a esta etapa los competidores habrán aprendido bastante sobre las estrategias de la academia, y muy probablemente habrá copiado muchas de ellas. Por esta razón la diferenciación del producto se vuelve

un tema bastante complicado, y debe ser complementado con estrategias promocionales, que incentiven al cliente a quedarse con “Rockin’ Quito”.

En esta etapa es muy probable que la inversión que la competencia ha hecho en sus actividades, haya traído como consecuencia el que alcance las ventas de la academia. Lo más probable es que el liderazgo del mercado se mantenga compartido, y no exista una clara diferencia, en cuanto a volumen de ventas, entre los distintos principales competidores de este mercado.

Adicionalmente cabe mencionar un tema coyuntural muy importante, el cual es la regulación gubernamental que existe actualmente hacia todas las instituciones educativas. Teniendo en cuenta que lo más probable es que el actual gobierno de Rafael Correa se mantenga durante por lo menos 4 años más, dado el fuerte nivel de exigencia para el funcionamiento de los institutos educativos a todo nivel, y la tendencia estandarización de las actividades educativas, es muy probable que la diferenciación se haga a la vez un tema demasiado complejo y fundamental, como para convertirse en una ventaja ostensible. Por este motivo en esta etapa, la academia deberá apostar por las estrategias de promoción.

Debido a la naturaleza de este negocio, podría durar muchos años esta etapa, no solo para la academia, sino para el mercado en general.

- **Etapa de declinación.**

Esta etapa se verá caracterizada por la disminución en las ventas. Si bien en la etapa de madurez, se mantuvieron más o menos constantes las ventas, ahora las mismas podrían empezar a caer de una manera gradual, o en el peor de los casos abruptamente. Para que esto último suceda, se deben combinar una serie de factores, tanto propios de la naturaleza del producto, como del entorno económico.

Dentro de varios años, que comience esta etapa, es muy probable que las necesidades de los clientes hayan cambiado. Por este motivo la academia no sólo que deberá haberse convertido en un ícono de la ciudad, sino que deberá ser capaz de adaptarse a los cambios que la sociedad va sufriendo, y a la vez, si es el caso, buscará aliarse con otras instituciones que ofrezcan un alcance y capacidad de satisfacer las necesidades del cliente, mucho más grande que el que tendrá al principio de la etapa de declinación.

**ii. Plaza**

El canal de distribución de los servicios de la academia, busca entregar los mismos en el lugar y momento deseados. Por la naturaleza de los servicios prestados, éstos deben ser realizados en instalaciones propias de la academia, y no en otro lugar, debido a la necesidad de utilizar una infraestructura especial.

La academia contará con instrumentos musicales e instalaciones adecuadas y completas para los mismos. Las marcas con las que se contará en el estudio de grabación serán de la más alta calidad y series, así por ejemplo las guitarras serán de marca Fender, modelo Stratocaster HSS; el bajo será Yamaha, serie RBX375; el teclado será Yamaha, serie MOX6 61; la batería será DW Performance Serie – Black Diamond, y los platillos Zildjian de las series K y A Custom. En cuanto al sistema de amplificación, control y edición los equipos serán: micrófonos Shure, serie Heil HDK-8 para batería, y serie SM7B para la voz; la consola es Yamaha, serie profesional CL5.

La sala de repastos contará con sus propios instrumentos, los cuales son: guitarras Fender Starcaster, bajo Jackson JS2, teclados Yamaha YPG-235 76-Key, batería Pearl Master Studio Birch, platillos Sabian series HHX y AAX, micrófonos Pyle-pro para la batería, micrófono Shure SM58S para la voz, amplificadores Peavey Vypyr 15 y Bass Max 126, y una consola AM642D.

Dependiendo de los gustos de los músicos que utilicen las instalaciones del estudio de grabación, podrán escoger los instrumentos que se encuentran en la sala de repastos, en caso de así desearlo.

La edificación que utilizará la academia contará con tecnología de punta, instalaciones modernas y un ambiente con estilo único en el que “se viva el ambiente musical”. Los detalles de la distribución y disposición de las instalaciones y la construcción, se encuentran en el capítulo cinco, en la

sección de Planteamiento de Equipamiento y Distribución de las Operaciones.

Los servicios de la academia tienen que ser ofrecidos mediante un canal directo y corto entre el cliente y la misma. Al tratarse de un servicio en el cual el cliente participa activamente, no deberían existir intermediarios que no entreguen uniformidad en la entrega del servicio.

La venta directa es algo que debe ser aprovechado por la academia, para ofrecer un servicio enfocado en las necesidades obtenidas de primera mano, directamente del cliente. A la vez el cliente se ve envuelto en las actividades de la academia, porque recibe un trato personalizado y siente que sus necesidades son atendidas a su medida.

El hecho de contar con una plaza fija de servicios, y de no necesitar logística para la mayoría, por no decir todos los servicios, se traduce en menores costos para llevar el servicio desde la academia hacia el cliente. Adicionalmente el hecho de que el cliente tenga que siempre acercarse a la academia, y encontrarse con otras personas con gustos parecidos a los suyos, hace que se genere un sentimiento de pertenencia.

La disponibilidad de los servicios de la academia, no sólo representarán el hecho de tener disponible un aula o la sala de repaso o de grabación, sino también la disponibilidad de un lugar donde se pueda ir a compartir

experiencias, pasar un rato con personas que comparten dudas y gustos parecidos, y en general ir a pasar un buen rato.

Para la academia la plaza principal, será el lugar físico en el que se impartan los servicios, haciendo de este un lugar acogedor, familiar, agradable y al que los clientes siempre quieran volver.

En el capítulo cinco de la presente investigación, en la sección de la distribución de las instalaciones se podrá encontrar el plano con la disposición y organización de las instalaciones.

### **iii. Precio**

Para la fijación de una estrategia de precios, se debe tener en cuenta que la academia no solamente debe tener en cuenta a los productos sustitutos que existen en el mercado, sino que también debe pelear con el peor de los productos sustitutos que puede tener: el autodidactismo.

Se debe tener en cuenta que el cliente de una academia musical, sea profesional o amateur, siempre estará sacando su propio “costo-beneficio” entre el dinero invertido en su formación en una academia musical, y la posibilidad de invertir dicho dinero en la compra de un instrumento musical y demás aparatos necesarios para su funcionamiento.

Es por esta razón que los precios deberán presentarse atractivos y deberán ir de la mano con la calidad del servicio prestado, de tal manera que el cliente piense que la relación entre precio-servicio obtenido es bastante justa.

Así se tiene que para la fijación de precios se consideran los siguientes criterios básicos:

Posibilidad de servicios sustitutos: Estos servicios, aunque no los mismos, pueden ser remplazados por otros impartidos en otras academias musicales, o bien el cliente puede optar por preferir el autodidactismo.

Flexibilidad en precios: El entorno cambiante de la economía, legislación y contribución tributaria ecuatoriana, hace que las reglas de juego se encuentren en constante movimiento, por lo que los precios deberán tener la capacidad de adaptarse a dichos cambios.

Sostenibilidad: Siendo uno de los objetivos de la academia el permanecer muchos años en el mercado, para así convertirse en un referente de los músicos roqueros y de la ciudad de Quito, es necesario que se fijen precios que permitan mantener las actividades de “Rockin’ Quito” en el tiempo, y que éstos generen rentabilidad y dinamismo en la economía de la ciudad.

Al tener como mercado objetivo a personas de clase media, se considerará que los precios por los servicios ofrecidos por la academia podrán estar en un nivel asequible, y a la par con respecto al mercado.

- **Estrategia de precios**

Debido a la diversidad de servicios ofertados por la academia, y a la vez la dificultad que representa ingresar en un mercado sin un gran desarrollo de la industria musical, los precios son un tema muy sensible y determinante. Por este motivo la academia contará con una base de precios y promociones que serán modificables, dependiendo del impacto que tenga el servicio en el mercado, y el entorno económico que haya en determinado momento.

Los precios serían los siguientes:

**Cursos regulares (precio por cada instrumento, 2 horas semanales):**

1 mes: US\$ 80

3 meses: US\$ 200

6 meses: US\$ 380

**Cursos por horas (precio por cada instrumento):**

1 hora: US\$ 15

**Estudio de grabación:**

1 hora: US\$ 10

**Local de ensayos:**

1 hora: US\$ 7 (Incluye todos los instrumentos)

**Cursos de verano (10 horas semanales):**

Duración de curso 1 mes: US\$ 150

**Asesoría musical y comercial:**

1 hora: US\$ 30

- **Estrategia de descuento por referidos**

La academia otorgará un descuento equivalente al 50% de un pago mensual de un curso regular, es decir US\$ 40, cuando un nuevo estudiante ingrese a la academia, referido por actual estudiante. De esta manera a la vez que se da a conocer la academia mediante el “boca a boca”, crea fidelidad al actual cliente.

- **Estrategia de planes de estudio**

Si luego de un análisis y asesoría a un estudiante, se encuentra que éste presenta el deseo y el potencial para ser músico profesional, entonces la academia otorgará una beca correspondiente al 50%, luego de los primeros 6 meses de que haya ingresado el estudiante.

#### **iv. Promoción**

Llegar al público quiteño a través de medios masivos de comunicación. Se darán a conocer las actividades y los servicios que realiza la academia, de tal manera que las personas interés por conocer la academia.

Debido a que la imagen es un aspecto sumamente importante para “Rockin Quito”, en los medios visuales de promoción, se incluirá la mejor toma de la fachada de la academia, así como fotos de las aulas, estudio de grabación y sala de repastos. La imagen que debe quedar en la mente del consumidor es una academia moderna, con un ambiente espectacular.

La campaña publicitaria será llevada a cabo principalmente durante los meses de febrero y marzo de 2013, en la ciudad de Quito.

##### **- Objetivos**

- Ganar participación de mercado en la ciudad de Quito.
- Dar a conocer a “Rockin’ Quito” como el principal semillero de roqueros de la ciudad.
- Posicionar a la academia como marca líder en el género dentro del medio musical.
- Generar interés en empresas del medio para poder generar alianzas estratégicas.

- Los medios de comunicación masivos que se utilizarán para promocionar a la academia, serán los siguientes:

- **Televisión:** Este es uno de los medios de comunicación que mayor impacto tiene en la mente de los consumidores. Sin embargo el hecho de que una publicidad sea puesta en la tv, no implica que el producto y/o servicio vaya a tener éxito en las ventas. Para que tenga éxito la publicidad transmitida por televisión, es necesario que en primera instancia el spot publicitario sea de buena calidad, luego que el canal televisivo por el cual se lo transmita sea de gran cobertura y rating, y finalmente que la transmisión del spot sea en un horario en el cual se pueda llegar a la mayor cantidad de personas que pertenezcan al mercado objetivo; la única desventaja de lo mencionado es que el costo de un spot con las características mencionadas, es sumamente elevado.

Para el spot publicitario se hará una fuerte inversión ya que la imagen que “Rockin’ Quito” debe dar es de una academia seria, impresionante y distinta a las que actualmente existen en el mercado.

El costo aproximado de realizar un spot publicitario, en el cual se utilicen actores profesionales, equipos y edición de buena calidad (de aproximadamente 20 segundos de duración) se encuentra bordeando los \$20.000.

El comercial será transmitido únicamente para la ciudad de Quito durante 2 meses (Febrero y Marzo de 2013), por dos canales de

televisión que tienen gran acogida entre la población quiteña: Ecuavisa y Teleamazonas.

La transmisión del spot publicitario, se la hará durante horarios estelares de programas de televisión que lleguen a potenciales clientes, y que sean transmitidos durante fines de semana.

A continuación se detalla la transmisión del spot publicitario:

### CUADRO No. 61

TELEAMAZONAS							
Programa	Rating UIO	Horario	Spots al día	No. Días	Total Spots	Precio (*)	Inversión
Los Simpsons	6	15h00-16h00	1	8	8	\$ 510,00	\$ 4.080,00
<b>TOTAL</b>					<b>8</b>		<b>\$ 4.080,00</b>

(\*) Dato obtenido de una agencia publicitaria

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

### CUADRO No. 62

ECUAVISA							
Programa	Rating UIO	Horario	Spots al día	No. Días	Total Spots	Precio (*)	Inversión
Panorama Internacional	6,5	09h30-10h30	1	8	8	\$ 580,00	\$ 4.640,00
<b>TOTAL</b>					<b>8</b>		<b>\$ 4.640,00</b>

(\*) Dato obtenido de una agencia publicitaria

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

- **Radio:** En este medio de comunicación no se tendrá el mismo alcance que con el spot de televisión, sin embargo es importante saber utilizarlo para llegar al público que potencialmente puede convertirse en cliente de la academia. Para esto la realización de la cuña de radio y el horario en el que se lo transmita es sumamente importante.

Para la cuña deberá realizarse una grabación y mezcla de música, profesional. Ésta debe ser llamativa para que quienes sintonicen las emisoras elegidas se sientan automáticamente atraídos por lo que escuchan. En la cuña deberá especificarse claramente los servicios ofertados por la academia, los beneficios, el soporte al desarrollo profesional y amateur de los alumnos, y los datos básicos de la academia, tales como dirección, número de teléfono y resolución del ministerio de Educación aprobando su funcionamiento.

El costo de realización de una cuña de calidad con las características mencionadas, y con una duración aproximada de 20 segundos, es de \$600.

Las estaciones radiales que se utilizarán para la transmisión del espacio publicitario son Radio Hot (106.1)<sup>63</sup> y radio Metro (88.5). Las transmisiones también se harán durante los meses de febrero y marzo de 2013, ya que junto con la televisión y otros medios de comunicación, se completará la campaña publicitaria de “Rockin’ Quito”. Debido a que el costo de las cuñas publicitarias es mucho menor en radio que en televisión, el número de transmisiones será de la siguiente manera:

---

<sup>63</sup> [<http://204.93.168.132/~hot106fu/index.php/tarifas>]

**CUADRO No. 63**

RADIO HOT 106							
Horario	Impactos	Horario	Cuñas al día	No. Días	Total Cuñas	Precio (*)	Inversión
Determinado	1166	10h00-11h00	1	40	40	\$ 18,00	\$ 720,00
<b>TOTAL</b>					<b>40</b>		<b>\$ 720,00</b>

(\*) Dato obtenido de página web oficial

**FUENTE:** Investigación realizada**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez**CUADRO No. 64**

LA METRO 88.5							
Horario	Impactos	Horario	Cuñas al día	No. Días	Total Cuñas	Precio (*)	Inversión
Determinado	1600	19h30-20h30	1	40	40	\$ 22,00	\$ 880,00
<b>TOTAL</b>					<b>40</b>		<b>\$ 880,00</b>

(\*) Dato obtenido de una agencia publicitaria

**FUENTE:** Investigación realizada**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

- **Prensa escrita:** Debido a que el objetivo de la academia es realizar una campaña agresiva en la que se dé a conocer a la academia, también se recurrirá a la prensa escrita para lograr este fin. De igual manera, será muy importante los detalles que se incluyan en el anuncio, tales como calidad de la toma (fotografía), información concisa y llamativa.

Debido a la naturaleza del negocio de la academia, lo más conveniente es que el anuncio sea publicado durante el fin de semana, en la sección de jóvenes, y en un diario de acogida del sector de clase media de Quito. Para este fin se ha escogido a diario El Comercio y su sección de Jóvenes. El costo de la publicación por un fin de semana en una página determinada es de \$178<sup>64</sup>. La promoción escrita se la hará dura 8 domingos durante los meses de febrero y marzo de 2013. El costo total aproximado sería de \$ 1.424.

<sup>64</sup> [<http://tarifaronline.elcomercio.com/images/stories/impresos/pdfTarifas/ElComercio.pdf>]

- **Internet:** La campaña a través de internet consiste en tener una página web propia y utilizar también las redes sociales para dar a conocer las distintas actividades llevadas a cabo por la academia.

El diseño de la página web deberá contener información precisa, datos de contacto, un video con la presentación de la academia, pensum de estudios, plantilla docente, aprobación del Ministerio de Educación, entre otros datos importantes, sin que esto implique que la página web tenga que ser demasiado pesada, para evitar que haya congestión de la red al intentar cargar la página web.

De esta manera tenemos que el diseño de la página web cuesta aproximadamente \$300<sup>65</sup>, y el mantenimiento anual del web hosting cuesta \$359,00<sup>66</sup>.

Adicionalmente se utilizarán plataformas de redes sociales, tales como Facebook y Twitter, para actualizarlas con fotos, y mensajes a los suscriptores. Estas páginas web no tienen un costo adicional.

- **Hojas volantes:** Principalmente durante los dos meses de campaña publicitaria se entregarán hojas volantes con información concreta de la academia tal como: dirección, número de teléfono y resolución del ministerio de Educación aprobando su funcionamiento, página web, etc.

---

<sup>65</sup> [[http://www.alfadigital.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=54&Itemid=65](http://www.alfadigital.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=65)]

<sup>66</sup> [[http://www.cnt.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=267:hothous&catid=37:prodinte?Itemid=29](http://www.cnt.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=267:hothous&catid=37:prodinte?Itemid=29)]

Estas hojas volantes serán entregadas en lugares de asistencia masiva, tales como centros comerciales y conciertos de Rock.

El costo aproximado de producir 20.000 flyers es de \$700.<sup>67</sup>

Durante el resto del año se entregarán hojas volantes durante los eventos en los que sea partícipe la academia.

#### **4.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Actualmente en la ciudad de Quito existe un gran número de academias musicales, las cuales ofertan sus servicios para el aprendizaje de cualquier instrumento. Este servicio es ofertado principalmente a jóvenes. También existe un gran número de músicos, profesionales o amateurs, que ofrecen sus servicios para la enseñanza de diversos instrumentos musicales.

Para analizar a la competencia de la academia, se ha dividido a los competidores en 2 grupos: sustitutos cercanos y sustitutos lejanos.

Se denominará sustitutos cercanos, a todas aquellas musicales que representan la competencia directa de “Rockin’ Quito”, y que existe una posibilidad muy alta de que potenciales clientes y estudiantes sean captados por éstas.

---

<sup>67</sup> [<http://quito.olx.com.ec/2000-volantes-tamano-1-4-a4-impresas-tiro-y-retiro-full-color-70-iid-168142001>]

Sustitutos lejanos serán denominados aquellos que si bien no representan una competencia directa con la academia, lo son de manera indirecta debido a que clientes potenciales podrían tomar la decisión de adquirir sus servicios, impidiendo esto (ya sea por motivos económicos o por otros motivos) que adquieran los servicios de “Rockin’ Quito”.

#### **4.4.1 SUSTITUTOS CERCANOS**

Existen varias academias de músicas en la ciudad de Quito entre las cuales se encuentran:

- Conservatorio Nacional de Música<sup>68</sup>

Este conservatorio no se enfoca en un solo estilo musical; pero ofrece sus pruebas de aptitud para personas de hasta 24 años 11 meses. Es muy conocida dentro del medio artístico y adicionalmente realiza gran cantidad de presentaciones de sus músicos en lugares como el Teatro Nacional de la Casa de la Cultura o en la Casa de la Música. Posee 42 años de experiencia como institución que le reporta al Ministerio de Educación, y a lo largo de estos años ha ganado el prestigio de ser la mejor institución musical del Ecuador.

---

<sup>68</sup> [<http://www.conamusi.edu.ec/>]

Entre las facilidades que ofrece se tiene un auditorio, un teatro y salones de uso múltiple, clases magistrales, seminarios, talleres, y conjuntos musicales.

Posee un proyecto de museo, un restaurante y una cafetería. Actualmente posee un almacén de préstamos de instrumentos, una biblioteca y un departamento médico-dental.

Uno de los objetivos que ofrece este conservatorio es la formación de profesionales que integran orquestas y bandas sinfónicas, bandas populares y de Jazz, y conjuntos de cámara.

El conservatorio representaría el principal y más grande competidor de “Rockin’ Quito”, debido a la gran diversidad de servicios que pone al alcance de sus estudiantes y al gran prestigio que ha ido adquiriendo a lo largo del tiempo. Como se puede confirmar, entre los beneficios que ofrece el conservatorio, mucho de ellos pueden ser un remplazo, y por lo tanto competencia directa hacia los servicios de la academia. El préstamo de instrumentos representaría hasta cierto grado un sustituto al servicio de sala de repastos ofrecido por “Rockin’ Quito”, y la profesionalización de sus músicos, si bien no coincide con el enfoque de la academia que es profesionalizar a músicos que gusten del Rock, puede influir en las decisiones de los músicos, y hacer que algunos indecisos opten por un entorno musical razonablemente más seguro que el que ofrece la escena musical roquera.

- Mozarte<sup>69</sup>

Se trata de un conservatorio de música, que a lo largo de los años ha ganado prestigio en Quito. Entre los servicios que ofrece se encuentran los siguientes cursos: piano, canto, arcos (violín, cellos, contrabajo), cuerdas (guitarra y charango), percusión (sinfónica, latina), contemporáneos (guitarra eléctrica, bajo eléctrico, teclados), vientos (saxofón, flauta, trompeta y trombón) y teóricos. Los niveles de cada uno de los cursos son 3: infantil, medio y superior.

El curso infantil incluye el kínder, que es para niños de entre 3 y 6 años, el cual se centra en el desarrollo del oído, la expresión corporal y la apreciación musical. En este curso se incluye también un plan inicial, el cual consta de dos niveles, los cuales duran 6 meses cada uno. En estos niveles el estudiante comprenderá lo que es una armonía.

El nivel medio consta de 8 semestres, en los cuales se imparten 1 clase de instrumento, 2 clases de solfeo, 1 clase de apreciación musical y 1 clase de ensamble musical, todo esto por semana.

El nivel superior es el nivel de profesionalización, este plan está diseñado para jóvenes músicos que desean formalizar sus conocimientos y su profesionalización en la música. Este conservatorio posee titulación a nivel de tecnología en Jazz y música contemporánea. También posee la titulación

---

<sup>69</sup> [<http://www.mozarte.net/>]

de Tecnología en Música Académica, para lo cual tiene un convenio con el CRK de Guayaquil. Este nivel consta de 8 semestres de estudios.

Otros beneficios que ofrece Mozarte son: Clases privadas y planes individuales de estudio, certificados y diplomas, docentes especializados, preparación para ingreso a universidades en el extranjero, biblioteca y fonoteca, e intercambios estudiantiles.

- Carrera Musical en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.<sup>70</sup>

Como parte de la competencia directa con Rockin' Quito, se presentan los servicios educativos relacionados a la enseñanza musical, ofrecidos por la PUCE. Los servicios ofrecidos en esta institución se centran hacia la preparación de músicos para ser profesores. Entre los principales objetivos de formación de los estudiantes se tiene: Escribir académicamente, teniendo como premisas la exigencia del análisis de los registros documentales, la indagación en la resolución de las preguntas centrales y la comunicación como fin angular en la producción académica.

- Escuela de Rock<sup>71</sup>

Esta institución fue creada en el 2008 y aún no cuenta con el mismo prestigio que los conservatorios mencionados. Por el momento no ofrece educación en percusión o batería, lo cual le pone en una situación de

---

<sup>70</sup> [www.puce.edu.ec]

<sup>71</sup> [http://www.escueladerockquito.com/]

desventaja con respecto a “Rockin’ Quito”, y el resto de los competidores del mercado.

El objetivo de esta escuela de Rock es enseñar música a través del Rock, dando la opción a elegir si el estudiante desea una enseñanza basada en conceptos musicales-técnicos o en una enseñanza basada meramente en el oído.

Entre los cursos que la Escuela de Rock pone a disposición de sus clientes están: guitarra eléctrica, popular y acústica, bajo eléctrico y canto. Los cursos básicos tienen una duración de 6 meses, y el curso avanzado tiene 7 niveles de 3 meses cada uno.

Esta escuela de Rock no otorga certificados, títulos o diplomas al finalizar los cursos.

- Academia Vivaldi<sup>72</sup>

Esta academia fue creada en el 2.002, y los programas educativos que ofrece abarcan niños desde los 5 años de edad hasta personas de la tercera edad.

Los cursos que ofrece incluyen a los siguientes instrumentos: Teclado, guitarra acústica, guitarra eléctrica, bajo eléctrico, violín, batería, canto y ensamble de instrumentos. Estos cursos tienen duración de 6 trimestres (un

---

<sup>72</sup> [<http://www.academiavivaldi.com>]

año y medio) para cada uno de los instrumentos. Las clases se imparten con grupos de máximo 8 estudiantes.

Para cada uno de los cursos, esta academia consta con los equipos necesarios, y de gran calidad, así por ejemplo utiliza teclados Yamaha, las guitarras acústicas tienen tratamiento especial, entre otros instrumentos de marcas reconocidas.

Adicionalmente cuenta con una biblioteca de partituras de distintos géneros musicales, tales como: música ecuatoriana (pasillos, sanjuanitos, pasacalles, etc.), música popular latinoamericana (valeses, tangos, cumbias, boleros, etc.), y Rock Clásico.

- Instituto de Música Contemporánea (Pertenece a USFQ)<sup>73</sup>

Este instituto de música representa a otro de los competidores mejor posicionados actualmente en Quito. Pertenece a la Universidad San Francisco de Quito (USFQ), y opera desde 1.999. A través de la USFQ tiene un convenio con la red Internacional de Berklee College of Music, un instituto que se encuentra en Estados Unidos.

Esta Escuela presenta clínicas, talleres, clases y conciertos, como parte de la formación del músico. Ofrece dos carreras que son: Especialización en música y Especialización en sonido. La primera especialización se enfoca en

---

<sup>73</sup> [[http://www.usfq.edu.ec/programas\\_academicos/colegios/imc/Paginas/default.aspx](http://www.usfq.edu.ec/programas_academicos/colegios/imc/Paginas/default.aspx)]

la elaboración musical, en arreglos, ensamble, armonización y todo lo concerniente a la composición musical. La segunda especialización se enfoca en la parte técnica de la producción musical, es decir en todo lo concerniente al manejo de ecualizaciones, mezclas, arreglos, combinación de equipos musicales, y la producción musical en radio, cine o televisión.

Ambas carreras tienen una duración de cuatro años.

La planta docente de esta Escuela, es de primera, con todos sus profesores titulados y con gran parte de ellos graduados en reconocidas universidades y “colleges”, principalmente de Estados Unidos.

- Escuela de Música de la UDLA<sup>74</sup>

En esta Escuela se oferta la Licenciatura en Música, carrera que tiene por objetivo formar profesionales en el área musical y los cuales estarán en la capacidad de manejar sus negocios propios o trabajar en el mercado nacional o internacional de la música, como productor, compositor o intérprete. La duración de esta carrera es de 4 años.

Para la enseñanza, esta Escuela consta con instalaciones adecuadas y diseñadas para recibir clases particulares de cada uno de los instrumentos. Adicionalmente cuenta con salas de ensayo equipadas con batería, piano, guitarras, cables, micrófonos, amplificadores y consola de grabación.

---

<sup>74</sup> [<http://www.udla.edu.ec/programas/carreras-diurnas/escuela-de-musica/licenciatura-en-musica/carrera-musica.aspx>]

La planta docente está conformada por profesores tanto nacionales como extranjeros, y que cuenta con experiencia. Como parte de la formación de los músicos se ofrecen talleres con profesionales.

Parte de la enseñanza que se imparte en esta Escuela es la ejecución, composición y producción musical, de tal manera que el músico estaría en capacidad de responder a las exigencias del mercado de la música.

- Enseñanza informal

Adicionalmente existe de manera informal, un gran número de músicos, ya sean reconocidos o no, los cuales ofrecen sus servicios para dar clases particulares y personalizadas. Varios músicos considerarán seriamente tomar la oferta de clases de un músico particular, debido a que los costos serán menores, y no existe un nivel serio de compromiso entre el estudiante y el profesor.

#### **4.4.2 SUSTITUTOS LEJANOS**

Representan todas aquellas instituciones, locales, academias, etc., que aunque no ofrezcan los mismos o parecidos servicios que “Rockin’ Quito”, logran que potenciales clientes de la academia gasten sus recursos económicos y ocupen su tiempo en ellos, impidiendo de esta manera que adquieran los servicios de “Rockin’ Quito”. Entre los sustitutos lejanos podemos encontrar a los siguientes:

- Institutos de idiomas
- Clubes
- Academias deportivas
- Universidades
- Clases particulares

#### **4.4.3 ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN**

La principal diferencia entre “Rockin’ Quito” y sus competidores (sustitutos) cercanos y lejanos, es que se ofrecerá un servicio de desarrollo integral del músico. Esto quiere decir que no se impartirá únicamente el desarrollo académico, sino que también se formarán a los músicos roqueros en las siguientes dimensiones:

- Desempeño escénico,
- Planeación estratégica de las presentaciones,
- Conocimientos básicos y avanzados sobre instrumentación (consolas, amplificadores, etc.),
- Conocimiento del mercado musical en Ecuador,
- Cómo conseguir contactos en la industria musical,
- Cómo proyectarse internacionalmente, y a qué mercados,
- Cómo hacer frente a la piratería,
- Entre otros.

## **5 ESTUDIO TÉCNICO-OPERATIVO.**

Antes de que la academia entre en funcionamiento, existen aspectos clave tales como: la estructura del negocio (organigrama), localización del proyecto, consideraciones legales, entre otros aspectos.

Estos aspectos deberán estar acorde a los objetivos y apoyar las estrategias de “Rockin’ Quito”.

### **5.1 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

La localización es muy importante, ya que debido a la naturaleza de negocio de la academia, esto determinará la facilidad con la que el cliente va a poder acceder a los servicios que la misma ofrece.

Sector de localización: Las instalaciones de la academia se encontrarán en el sector de La Mariscal, cerca a la PUCE, en las calles Leonidas Plaza Gutiérrez y Francisco Robles.

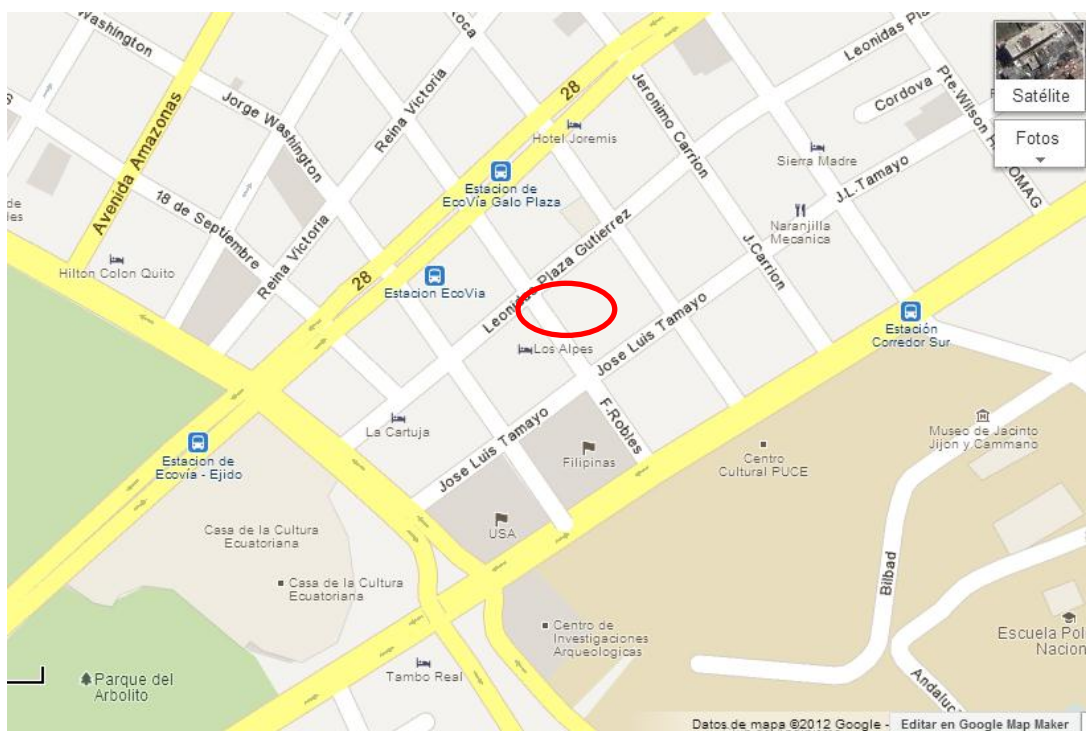
Este sector es estratégico debido a la centralidad del mismo. Es un lugar sumamente accesible, tanto si el cliente se moviliza con transporte público, como en transporte privado.

La academia se encontrará relativamente cerca del Centro Histórico de Quito, como de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, y el sector turístico de La Mariscal.

El hecho de que se sitúe cerca a la Casa de la Cultura Ecuatoriana es una gran ventaja, ya que ésta representa un ícono cultural, propio de la identidad quiteña. Así mismo se encuentra a 5 minutos del Palacio de Cristal en el Parque Itchimbia, donde cada año se lleva a cabo el tradicional festival Quito Fest. Esto representa una ventaja, ya que la academia puede ser mencionada como un centro de encuentro previo a los espectáculos que se dan en los lugares mencionados.

A este sector es posible llegar desde el sur y norte de Quito mediante el sistema integrado Ecovía, un poco más distante se encuentra el Trolebús, y también se puede llegar tomando un sinnúmero de unidades de transporte público.

Desde el Sur de Quito y el Valle de Los Chillos la principal vía de acceso es la Oriental, desde el norte son la 6 de Diciembre y la 12 de Octubre. Desde el Valle de Tumbaco es la vía de Guápulo.

**CUADRO No. 65**

**FUENTE:** Google Maps

Costos de arrendamiento y/o compra: Tanto el costo de arrendamiento, como el de compra de terrenos o construcciones inmobiliarias en el sector descrito, son sumamente altos, por el hecho de su situación estratégica.

Cercanía a con gran parte de clientes potenciales: La academia estará cerca del sector universitario más importante y grande de la ciudad. En este sector se encuentran las siguientes universidades: PUCE, Escuela Politécnica Nacional, Universidad Politécnica Salesiana, Universidad Central del Ecuador, Universidad Andina Simón Bolívar, American Junior College.

Esto se convierte en otra de las razones para la localización de la academia, ya que es mucho más probable que un estudiante universitario acceda a estudiar en una academia que quede cerca a su centro de estudios, ya que puede acomodar su horario de estudios

regulares, junto con el horario que ofrece la academia. A la vez se encuentra relativamente cerca (10 minutos) de gran parte de centros educativos colegiales, y de oficinas. Si es el caso de que clientes provengan de estos segmentos, verán que la cercanía de la academia resulta benéfica para su movilización y para la planeación de sus horarios.

### CUADRO No. 66



FUENTE: Google Earth

## 5.2 PLANEAMIENTO DE EQUIPAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE LAS OPERACIONES

### 5.2.1 ÁREA FÍSICA

La academia dispondrá de aproximadamente 450m<sup>2</sup> de construcción, que se encontrarán distribuidos en dos pisos, de la siguiente manera:

#### **Primer piso:**

- Una sala de estar con una televisión LED de 42" en la que se transmitirán diversos videos musicales y educativos.
- Recepción
- Oficina para el director de desarrollo académico- musical
- Oficina para el director de relaciones públicas
- Oficina para el administrador
- 1 baño para el área administrativa
- Sala de repaso de 20 m<sup>2</sup>. Posee aislamiento y adecuación acústica.  
Instrumentos: bajo, guitarras, micrófono para voz, teclados, consola, amplificadores, batería y micrófonos para batería.
- 2 aulas de clases personalizadas
- 1 baño para hombres y 1 baño para mujeres

- Gradas de acceso al segundo piso
- Adicionalmente la academia contará con un parqueadero

**Segundo piso:**

- Aula para cursos y seminarios. Capacidad máximo 15 personas.
- Estudio de grabación con paneles aislados para cada uno de los instrumentos.

El diseño de la academia se lo ha realizado de tal manera que todos los servicios ofertados puedan ser cubiertos con comodidad por las instalaciones que se serán construidas. Se decide realizar una construcción debido a las características acústicas especiales que debe tener la academia, las dimensiones y los materiales a ser utilizados, y también debido a que en el sector existe el terreno disponible para realizar la construcción.

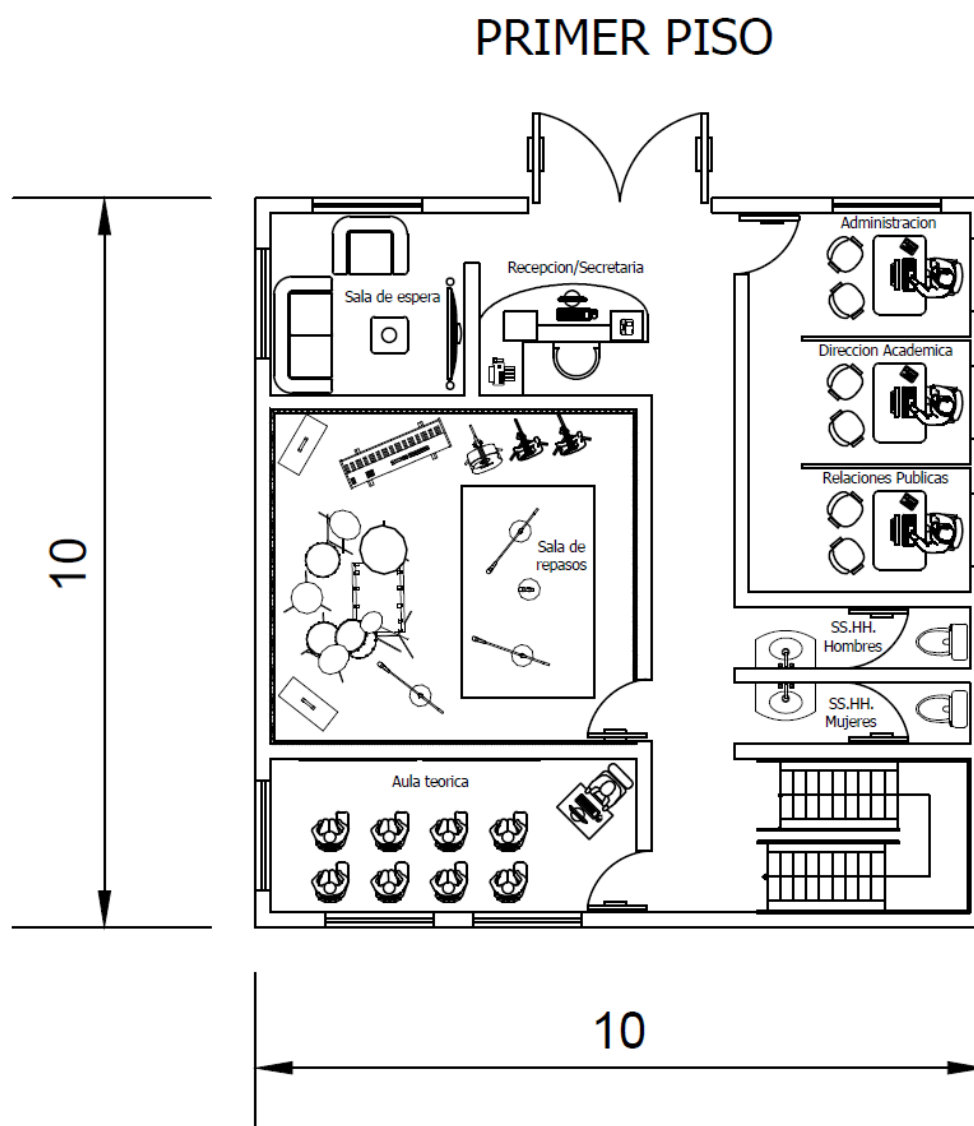
Sin embargo, es muy importante tener en cuenta que para las construcciones civiles se tiene regulación por parte del municipio, por lo que antes de realizar la construcción los planos deberán ser llevados a dicha institución y sometidos a un análisis por parte de la misma, para obtener los permisos necesarios y poder realizar la construcción.

## **5.2.2 DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES**

La academia contará con dos pisos, en los cuales se darán los servicios previamente descritos. Para esto se contará con lugar adecuado para cada uno de ellos, y la infraestructura estará dispuesta y construida de tal manera que no exista conflicto en caso de que todos los servicios se dieran al mismo tiempo, tomando en cuenta la sonoridad que será generada en las salas de repaso y grabación.

Así se tiene que el plano para el primer piso es el siguiente:

CUADRO No. 67



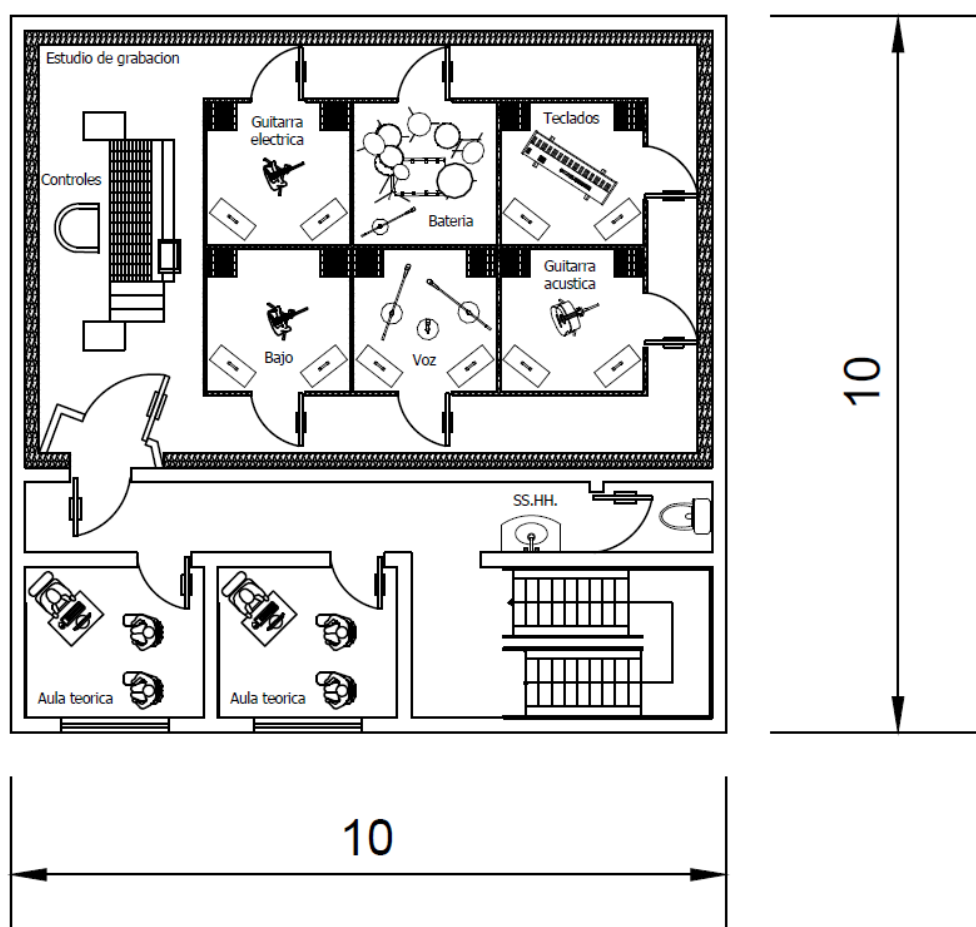
**FUENTE:** Investigación realizada  
**ELABORACIÓN:** Nathaly Villacis

En el segundo piso la distribución será distinta a la que se encuentra en el primero, teniendo en cuenta el diseño especial para la construcción del estudio de grabación, y la distribución por cámaras de instrumento. Se ha adoptado este diseño debido a que mediante el mismo es posible grabar distintos instrumentos a la vez, y los integrantes de las bandas pueden verse unos a otros. Esto genera que haya un gran impacto emocional entre los músicos,

debido a que pueden ver el desempeño que están teniendo sus compañeros, a la vez que se acoplan unos con otros para la ejecución de las piezas musicales.

**CUADRO No. 68**

## SEGUNDO PISO



**FUENTE:** Investigación realizada  
**ELABORACIÓN:** Nathaly Villacís

Las características de la infraestructura de la academia serán las siguientes:

- El parqueadero contará con la capacidad para 10 autos. Estos se ubicarán en la zona frontal de la academia, pero estarán distribuidos de tal manera que no obstruyan la entrada principal de la misma.

- Debido a que la recepción es la primera área que se verá dentro de la academia, ésta deberá estar muy bien arreglada, deberá ser llamativa, contener el logo de “Rockin’ Quito”, y tener un estilo vanguardista, de tal manera que la impresión sea de un ambiente amigable, accesible y original. De la mano con esto irá la atención y la información sobre la academia, que en esta área se dé.

Aquí habrá varios flyers, dípticos, e información escrita acerca de la academia, para que las personas que deseen la tomen y conozcan más sobre la misma. En la recepción se encontrará una máquina multifunción la cual estará a disposición tanto de los empleados de la academia, como de los alumnos.

- En el primer piso habrán 3 oficinas independientes (no estilo cubículo), en las cuales se encontrará la administración, la dirección académica y el departamento de RR.PP. El motivo de esta distribución se debe a la necesidad de privacidad entre cada una de las funciones administrativas de la academia. Las oficinas se encuentran separadas del resto de la academia, por una pared.

- En el primer piso se encuentra la sala de repaso. Esta sala se encuentra equipada con todos los instrumentos musicales de los cuales se imparte enseñanza en la academia. Las paredes internas de esta sala se encuentran aisladas por materiales especiales para que el sonido no pase al resto de lugares. Adicionalmente, parte de las paredes internas de esta sala serán de vidrio especial, para que se pueda ver desde fuera de la sala los repasos. En caso de que la banda o alumnos no deseen que se los vea, la sala dispondrá de persianas para tal efecto.

- Se tendrán dos aulas con dos pupitres cada una para las clases personalizadas de teoría musical. Estas aulas contarán con material multimedia para hacer de las clases interactivas y modernas. Se contará con un computador de escritorio, parlantes y material discográfico- educativo, revistas especializadas, folletos, entre otros. El ambiente de las aulas deberá ser motivante hacia el estudio y ejecución de la música Rock, por lo que en las paredes se podrá encontrar material relacionado con la misma.

- Se contará con un baño para hombres y otro para mujeres.

- En el segundo piso existirá un aula con capacidad entre 12 y 15 alumnos. Esta aula servirá sobre todo para aquellos cursos que serán impartidos en verano, los cursos de días sábados a grupos de músicos-amateurs, y a seminarios-cursos eventuales que se realicen en la academia. Así mismo se contará con material educativo y multimedia.

No es necesario que las aulas cuenten con alfombrado, pero sí con excelente iluminación y ventilación.

- El estudio de grabación será construido con materiales aislantes-atenuantes que eviten que la sonoridad de los instrumentos pasen hacia el resto de áreas de la academia. Como el piso del estudio de grabación es el techo de la sala de repasos, los materiales de construcción deberán ser reforzados en esta sección de la academia.

La infraestructura y distribución del estudio permitirá tanto la grabación independiente de cada uno de los instrumentos, como de todos en su conjunto (grabación simultánea), de tal manera que pueda adaptarse a las necesidades y gustos de más clientes.

Para la grabación simultánea, se contará con paneles especiales, que sean transparentes, que eviten que las ondas de sonido de un instrumento se filtren en las de otro instrumento, produciendo así una mezcla no controlada. La mezcla de sonido debe ser realizada a través de los controles que se hallan dentro de otra cámara especial. Las paredes que separan a los distintos instrumentos serán móviles para que en caso de que el los músicos decidan grabar con otro formato musical, puedan hacerlo con el sonido total de la banda, es decir todos los músicos tocando en el mismo cuarto.

Los controles deberán contar con equipos electrónicos que permitan la ecualización, monitoreo, grabación, mezcla y otras manipulaciones a los sonidos provenientes de los distintos instrumentos.

La ergonomía será un factor determinante para cada una de las áreas de la academia. Los estudiantes, profesores, músicos y demás involucrados con la academia, deberán sentirse físicamente a gusto y cómodos dentro de las instalaciones. Para esto la distribución de asientos, mesas, equipos, instrumentos y otros, dentro de la academia deberán guardar armonía entre sí. Previa a la construcción de la academia se analizarán las ordenanzas municipales para no incurrir en incumplimientos que posteriormente obliguen a

realizar modificaciones que representen costos extra para la academia. Una guía importante al respecto son las “*Normas de Arquitectura y Urbanismo*”.<sup>75</sup>

### 5.3 ASPECTOS LEGALES

Todas las actividades llevadas a cabo por la Academia, en primera instancia deberán estar sometidas a lo que menciona la “Constitución de la República del Ecuador”.

Legalmente los servicios de la academia se dividirán en servicios educativos y servicios profesionales. Los primeros estarán regidos por la ley Orgánica de Educación Intercultural y la Ley Orgánica de Educación Superior, y los segundos estarán regidos por la Ley de Compañías. Ambos tipos de servicios se regirán por la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

Así mismo las instituciones regulatorias del Estado, dependerán del tipo de servicio. Los servicios educativos estarán regidos por el Ministerio de Educación y la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT). Los servicios profesionales estarán regidos por la Superintendencia de Compañías. Ambos se someterán al Sistema de Rentas Internas (SRI), como ente de regulación fiscal por parte del Estado.

La figura legal que se utilizará para la creación de “Rockin’ Quito” será de “Grupo Empresarial”. De esta manera dentro del “Grupo Empresarial” se tendrá a la unidad

---

<sup>75</sup> [<http://www.cae.org.ec/ordenanzas/Q7.pdf>]

educativa encargada de las actividades académicas, y a la unidad de negocios encargada del resto de servicios profesionales.

Deberá tenerse en cuenta que al tener que reportar a dos entidades gubernamentales distintas: Ministerio de Educación y Superintendencia de Compañías; el régimen tributario que se aplique no será el mismo para ambas. La unidad educativa no podrá tener naturaleza lucrativa, ni tampoco contribuirá con impuesto a la renta, totalmente contrario a la naturaleza tributaria de la unidad de negocios, que jurídicamente está autorizada a generar ganancia y a contribuir fiscalmente en caso de que esto suceda.

Los artículos y disposiciones que contienen el sustento legal para el funcionamiento de la academia son los siguientes:

### **Constitución República del Ecuador**

La Constitución, en el artículo 352 menciona sobre la educación musical:

El sistema de educación superior estará integrado por universidades y escuelas politécnicas; institutos superiores técnicos, tecnológicos y pedagógicos; y conservatorios de música y artes, debidamente acreditados y evaluados. Estas instituciones, sean públicas o particulares, no tendrán fines de lucro.<sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> ASAMBLEA CONSTITUYENTE, (2008), **Constitución del Ecuador**. Ecuador. P.162

## **Reglamento a Ley Orgánica de Educación Intercultural**

En el reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Intercultural, en la décima novena disposición transitoria se menciona sobre los establecimientos que imparten formación en música:

A partir del año lectivo 2012-2013 en el régimen de Sierra y a partir del año lectivo 2013-2014 en el régimen de Costa, los conservatorios u otros establecimientos educativos que imparten formación en música y/o en otras artes solo hasta el nivel de Bachillerato pasarán a llamarse Colegios de Artes, y continuarán bajo la rectoría del Ministerio de Educación, por lo que deberán sujetarse a la normativa que para el efecto emita el Nivel Central de la Autoridad Educativa Nacional.<sup>77</sup>

En el Capítulo VII, Artículo 92, acerca de los requisitos para el funcionamiento de las instituciones educativas particulares, existen 3 numerales que mencionan lo siguiente:

1. Justificación de perfiles del CUADRO de directivos y docentes de la institución educativa que se creará, de conformidad con la normativa que expida el Nivel Central de la Autoridad Educativa Nacional. La verificación de la relación laboral y el cumplimiento de perfiles de los directivos y docentes, se debe realizar una vez que haya sido expedida la autorización por cinco (5) años;
2. Los promotores de instituciones educativas particulares deben presentar el estudio económico-financiero que demuestre que el proyecto educativo es viable y sostenible, que les asegure la continuidad del servicio educativo a sus posibles usuarios, y que respete el principio constitucional de prestación de servicio educativo sin fines de lucro; y,
3. Los promotores de instituciones educativas particulares deben presentar una declaración juramentada de que no se hallan inmersos en las prohibiciones señaladas en la Ley y este reglamento.<sup>78</sup>

---

<sup>77</sup> R, CORREA DELGADO, (2011), **Reglamento General a Ley Orgánica de Educación Intercultural**. Ecuador. P. 105

<sup>78</sup> *Ibíd*em, P. 28

## **Reglamento a Ley Orgánica de Educación Superior**

En el Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Superior, en la vigésima primera disposición transitoria se menciona sobre los establecimientos que imparten formación en música:

La SENESCYT en coordinación con las autoridades de los conservatorios superiores e institutos superiores de artes, diseñará un proyecto para fomentar la obtención de títulos de tercer nivel para los/as profesores/as que laboran en estos centros de educación superior. Para dar cumplimiento a la Ley y al presente reglamento, las universidades, los institutos superiores de artes y los conservatorios superiores que cuenten en su planta docente con profesores de tercer nivel para las áreas de música y artes, dispondrán de un plazo de cuatro años, a partir de la publicación del presente reglamento, para contar con el título de maestría en el área afín en que ejercerán la cátedra.<sup>79</sup>

## **Ley de Compañías**

Acercas de los grupos empresariales y la presentación de sus estados financieros la Ley de Compañías menciona en el Artículo 428:

Compañía Holding o Tenedora de Acciones, es la que tiene por objeto la compra de acciones o participaciones de otras compañías, con la finalidad de vincularlas y ejercer su control a través de vínculos de propiedad accionaria, gestión, administración, responsabilidad crediticia o resultados y conformar así un grupo empresarial.

Las compañías así vinculadas elaborarán y mantendrán estados financieros individuales por cada compañía, para fines de control y distribución de utilidades de los trabajadores y para el pago de los correspondientes impuestos fiscales. Para cualquier otro propósito podrán mantener estados financieros o de resultados consolidados evitando, en todo caso, duplicidad de trámites o procesos administrativos...<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> R, CORREA DELGADO, (2011), **Reglamento General a Ley Orgánica de Educación Superior**. Ecuador. P. 9

<sup>80</sup> H. CONGRESO NACIONAL, (2006), **Ley de Compañías**. Ecuador. P. 105

## **Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.**

Con respecto a las instituciones sin fines de lucro y el reglamento de éstas para aportación del impuesto a la renta y participación de trabajadores, el Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno en el artículo 19 menciona:

No estarán sujetos al Impuesto a la Renta los ingresos de las instituciones de carácter privado sin fines de lucro legalmente constituidas, de: culto religioso; beneficencia; promoción y desarrollo de la mujer, el niño y la familia; cultura; arte; educación...

... El Estado, a través del Servicio de Rentas Internas, verificará en cualquier momento que las instituciones privadas sin fines de lucro:

1. Sean exclusivamente sin fines de lucro y que sus bienes, ingresos y excedentes no sean repartidos entre sus socios o miembros sino que se destinen exclusivamente al cumplimiento de sus fines específicos...<sup>81</sup>

### **5.3.1 CONSTITUCIÓN**

#### **Unidad Educativa**

La figura legal para la creación de la unidad educativa de “Rockin’ Quito” será Escuela de Artes. Entre los requisitos necesarios para el funcionamiento de las escuelas de artes se tienen los siguientes:

- Propuesta pedagógica de conformidad con la normativa que expida el Nivel Central de la Autoridad Educativa Nacional.
- Certificación de que la infraestructura y equipamiento cumplen con los estándares.
- Plan para enfrentar situaciones de desastre.

---

<sup>81</sup> R, CORREA DELGADO, (2008), **Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno**. Ecuador. P. 10

- Perfiles de directivos y docentes de la institución educativa.
- Estudio económico-financiero que demuestre que el proyecto educativo es sostenible y que no ha sido creado con fines lucrativos.
- Declaración juramentada de los representantes legales, de no hallarse inmersos en prohibiciones determinadas en el Reglamento a la Ley Orgánica de Educación Intercultural.
- Balances y estados financieros permanentemente actualizados.
- La denominación de la unidad educativa debe ser única y no puede repetirse dentro de un mismo Distrito Educativo.<sup>82</sup>

### **Unidad de Negocios**

La figura legal para la creación de la unidad de negocios de “Rockin’ Quito” será Sociedad Anónima. Entre las principales condiciones que deben cumplir las sociedades anónimas se tienen las siguientes:

- La denominación de la sociedad deberá ser aprobada por la Superintendencia de Compañías.
- Las compañías anónimas se podrán constituir con un mínimo de 2 personas.
- El capital mínimo con el que será creada una sociedad anónima es US\$ 800, y debe pagarse en al menos 25% del valor nominal de cada acción.
- El capital social de las sociedades anónimas se encuentra dividido en participaciones que no podrán ser menores de US\$ 1.

---

<sup>82</sup> R, CORREA DELGADO, (2011), **Reglamento General a Ley Orgánica de Educación Intercultural**. Ecuador.

- Si una compañía extranjera aporta al capital de una compañía nacional, esto no generará ningún tipo de impuesto.
- De los beneficios netos anuales se deberá destinar al menos el 50% como dividendos a favor de los accionistas, excepto si decidiera lo contrario la junta general de manera unánime.
- Las juntas generales deberán reunirse por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico; serán convocadas en la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la empresa; en primera convocatoria la junta deberá estar representada por la mitad del capital pagado: en segunda convocatoria podrá realizarse con el número de accionistas presentes.
- Salvo excepciones previstas en la Ley o en el estatuto, las decisiones de las juntas generales serán por la mayoría de votos del capital pagado.<sup>83</sup>

### **5.3.2 REGULACIONES**

#### **Unidad Educativa**

La figura legal para la creación de la unidad educativa de “Rockin’ Quito” será Escuela de Artes, y estará sujeta a las siguientes regulaciones:

- Inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Llevar contabilidad.

---

<sup>83</sup> [[http://www.ralaw.com.ec/mate\\_socie\\_conte\\_a.htm](http://www.ralaw.com.ec/mate_socie_conte_a.htm) ];  
[[http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd\\_supercias/descargas/ss/instructivo\\_soc.pdf](http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf)]

- Declaración mensual del Impuesto al valor Agregado (IVA), en calidad de agente de percepción.
- Declaración mensual de Retenciones en la Fuente.
- Declaración anual del Impuesto a la Renta, en la que no conste impuesto causado.
- Contribuciones y Patentes al Municipio. Ç

### **Unidad de Negocios**

La unidad de negocios de la academia estará sujeta a las siguientes regulaciones:

- Inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Llevar contabilidad.
- Declaración mensual del Impuesto al valor Agregado (IVA).
- Declaración mensual de Retenciones en la Fuente.
- Declaración anual del Impuesto a la Renta.
- Contribuciones y Patentes al Municipio.
- Contribución a la Superintendencia de Compañías.
- Contribución a la Cámara de Comercio.

## **5.4 DETERMINACIÓN DE NECESIDADES DE MANO DE OBRA**

Se determinará la mano de obra directa que se necesita para llevar a cabo las actividades de la academia, es decir, todas las personas que percibirán un sueldo y/o salario por parte de “Rockin’ Quito”.

### **5.4.1 CAPITAL HUMANO**

El área de Capital Humano estará a cargo de la dirección administrativa. El objetivo principal será crear lineamientos que permitan que las personas que trabajen en la academia alcancen los objetivos planteados por la misma.

Entre las principales funciones del área de Capital Humano se tendrán las siguientes:

Contratar personal altamente calificado, para lo cual primero se tendrán en cuenta los objetivos de la academia. Los profesores deberán contar con títulos de al menos tercer nivel; en el caso de los músicos, éstos deberán ser reconocidos por la escena roquera de Quito, y deberán ser contratados con la condición de que obtendrán su título de tercer nivel. Este es un requerimiento del Ministerio de Educación.

La Gerencia Administrativa junto con las Gerencias Académica y de Relaciones Públicas, determinará la necesidad de eventuales nuevas

contrataciones, para evitar que existan vacantes por demasiado tiempo, afectando así la eficiencia en el desarrollo de las actividades de la academia.

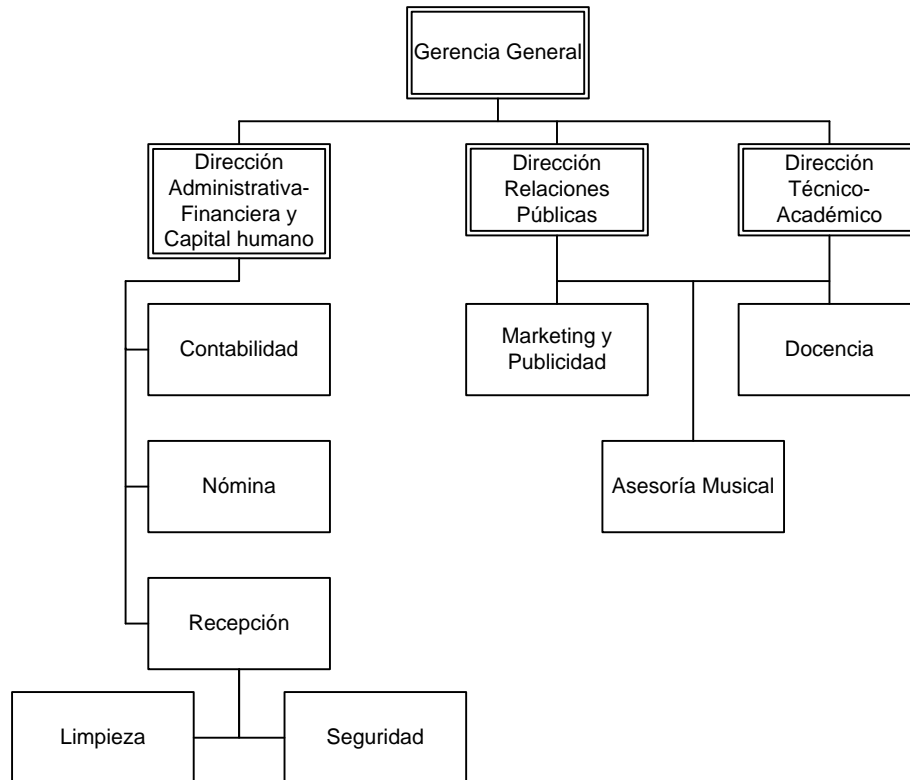
Hacer de la academia un lugar agradable para trabajar, mediante un trato personalizado y abierto hacia cada uno de los empleados. La Gerencia Administrativa se encargará de crear y actualizar políticas y prácticas que incentiven la eficiencia y eficacia en el trabajo.

Mantener el pago puntual y justo de sueldos y salarios, y beneficios.

Crear planes de carrera para cada uno de los empleados y ajustarlos a la estrategia general de la academia. Para esto se creará una matriz de fortalezas, habilidades y talentos de todos los colaboradores, lo que permitirá identificar qué aspectos profesionales o humanos se pueden mejorar, y la eventual capacitación en los mismos.

## 5.4.2 ORGANIGRAMA

**CUADRO No. 69**



**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

### - DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

#### i. Gerencia General

Debido a la naciente labor de la academia, en principio la gerencia general estará compartida con el cargo de la dirección administrativa.

Liderar la marcha estratégica de la academia, para alcanzar asó los objetivos planteados.

Evaluar el desempeño de los colaboradores de los departamentos.

Coordinar actividades dentro y fuera de la academia, las cuales permitan de manera integral el desarrollo de la misma.

Informar de labores realizadas y resultados a los accionistas.

## **ii. Dirección Administrativa-Financiera y Capital Humano**

Presentar estados financieros de las entidades legales que conforman a “Rockin0 Quito”.

Presentar documentación y declaraciones solicitadas por el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Realizar los pagos a proveedores, de nómina y monitorear el cobro de pensiones y servicios prestados por la academia.

Coordinar el buen funcionamiento de las instalaciones de la academia, a excepción de los equipos de audio.

## **iii. Dirección de Relaciones Públicas**

Manejar la imagen pública de la academia, y los distintos eventos de los que será partícipe.

Llevar a cabo las campañas publicitarias y de promoción de la academia.

Realizar sondeos de opinión entre los distintos grupos de interés.

Asesorar acerca del medio musical a los distintos profesionales músicos.

Coordinar actividades y reuniones para promover eventos y artistas.

Servir de nexo entre músicos y representantes de músicos.

#### **iv. Dirección Técnica-Académica**

Dirigir y diseñar el pensum educativo que será impartido por la academia.

Coordinar actividades para la grabación, ecualización, edición y mezcla de pistas de audio.

Asesorar a los músicos y estudiantes sobre el manejo de equipos de audio y mezcla de sonido.

Dar mantenimiento a las salas de repases y de grabación.

Asesorar a los músicos sobre el desarrollo escénico.

## **6 ESTUDIO FINANCIERO.**

En base a los datos recopilados en los capítulos anteriores, y a otros que serán obtenidos durante el desarrollo de este capítulo, se realizará un análisis para determinar la situación financiera que tendría la academia durante cinco años a partir de su creación.

El análisis determinará la factibilidad y sostenibilidad financiera que tendrá el proyecto de creación de “Rockin’ Quito”.

El análisis financiero se lo ha dividido en cuatro partes fundamentales:

- Inversión y financiamiento
- Presupuestos
- Estados financieros proyectados
- Análisis y evaluación financiera

## 6.1 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO INICIAL

La inversión total que requerirá la academia es de \$375.519,06, los cuales serán invertidos en la compra de activos fijos, se pagarán los cargos diferidos (gastos de constitución de la academia) y capital de trabajo.

### CUADRO No. 70

INVERSIÓN TOTAL	
TIPO DE INVERSIÓN	MONTO
Activos Fijos	359.165,00
Cargos Diferidos	1.354,06
Capital de Trabajo	15.000,00
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>375.519,06</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

Para poder financiar parte de esta inversión se recurrirá a un préstamo bancario por US\$ 225.000,00 y la diferencia (\$150.519,06) se los adquirirá mediante recursos propios (aportación de capital por parte de los socios). El préstamo se solicitará bajo las siguientes condiciones:

### CUADRO No. 71

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>375.519,06</b>
RECURSOS PROPIOS	150.519,06
PRÉSTAMO	225.000,00
TASA	9,33%
AÑOS	5
PERÍODOS	60

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

La tasa del 9.33% se la ha tomado al 28 de octubre de 2012, de la página web del Banco Central del Ecuador.<sup>84</sup>

Los pagos de las cuotas del préstamo son mensuales y fijas, y se presenta en el siguiente cuadro:

**CUADRO No. 72**

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERÍODO	INTERÉS	CAPITAL	CUOTA	SALDO
0				225.000,00
1	1.749,38	2.957,37	4.706,75	222.042,63
2	1.726,38	2.980,37	4.706,75	219.062,26
3	1.703,21	3.003,54	4.706,75	216.058,72
4	1.679,86	3.026,89	4.706,75	213.031,83
5	1.656,32	3.050,43	4.706,75	209.981,40
6	1.632,61	3.074,14	4.706,75	206.907,26
7	1.608,70	3.098,04	4.706,75	203.809,22
8	1.584,62	3.122,13	4.706,75	200.687,09
9	1.560,34	3.146,41	4.706,75	197.540,68
10	1.535,88	3.170,87	4.706,75	194.369,81
11	1.511,23	3.195,52	4.706,75	191.174,29
12	1.486,38	3.220,37	4.706,75	187.953,92
13	1.461,34	3.245,41	4.706,75	184.708,51
14	1.436,11	3.270,64	4.706,75	181.437,87
15	1.410,68	3.296,07	4.706,75	178.141,80
16	1.385,05	3.321,70	4.706,75	174.820,11
17	1.359,23	3.347,52	4.706,75	171.472,59
18	1.333,20	3.373,55	4.706,75	168.099,04
19	1.306,97	3.399,78	4.706,75	164.699,26
20	1.280,54	3.426,21	4.706,75	161.273,05
21	1.253,90	3.452,85	4.706,75	157.820,20
22	1.227,05	3.479,70	4.706,75	154.340,50
23	1.200,00	3.506,75	4.706,75	150.833,75
24	1.172,73	3.534,02	4.706,75	147.299,74
25	1.145,26	3.561,49	4.706,75	143.738,24
26	1.117,56	3.589,18	4.706,75	140.149,06
27	1.089,66	3.617,09	4.706,75	136.531,97
28	1.061,54	3.645,21	4.706,75	132.886,76
29	1.033,19	3.673,55	4.706,75	129.213,20
30	1.004,63	3.702,12	4.706,75	125.511,09

84

[[http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=&vp\\_tip=5&vp\\_lang=1&vp\\_buscr=tasa+activa+empresarial&x=0&y=0](http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=&vp_tip=5&vp_lang=1&vp_buscr=tasa+activa+empresarial&x=0&y=0)]

31	975,85	3.730,90	4.706,75	121.780,19
32	946,84	3.759,91	4.706,75	118.020,28
33	917,61	3.789,14	4.706,75	114.231,14
34	888,15	3.818,60	4.706,75	110.412,54
35	858,46	3.848,29	4.706,75	106.564,25
36	828,54	3.878,21	4.706,75	102.686,04
37	798,38	3.908,36	4.706,75	98.777,67
38	768,00	3.938,75	4.706,75	94.838,92
39	737,37	3.969,38	4.706,75	90.869,55
40	706,51	4.000,24	4.706,75	86.869,31
41	675,41	4.031,34	4.706,75	82.837,97
42	644,07	4.062,68	4.706,75	78.775,29
43	612,48	4.094,27	4.706,75	74.681,02
44	580,64	4.126,10	4.706,75	70.554,91
45	548,56	4.158,18	4.706,75	66.396,73
46	516,23	4.190,51	4.706,75	62.206,22
47	483,65	4.223,09	4.706,75	57.983,12
48	450,82	4.255,93	4.706,75	53.727,19
49	417,73	4.289,02	4.706,75	49.438,17
50	384,38	4.322,37	4.706,75	45.115,81
51	350,78	4.355,97	4.706,75	40.759,83
52	316,91	4.389,84	4.706,75	36.369,99
53	282,78	4.423,97	4.706,75	31.946,02
54	248,38	4.458,37	4.706,75	27.487,65
55	213,72	4.493,03	4.706,75	22.994,62
56	178,78	4.527,96	4.706,75	18.466,66
57	143,58	4.563,17	4.706,75	13.903,49
58	108,10	4.598,65	4.706,75	9.304,84
59	72,35	4.634,40	4.706,75	4.670,44
60	36,31	4.670,44	4.706,75	- 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>57.404,89</b>	<b>225.000,00</b>	<b>282.404,89</b>	

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

### 6.2.1 ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos con los que contará la academia se han clasificado en 5 grupos: El terreno que será adquirido, las instalaciones que serán construidas, los muebles, enseres y equipos que se necesitarán, y finalmente los equipos que serán utilizados en la sala de repaso y en el estudio de grabación.

El monto total del costo de cada uno de los rubros mencionados en el párrafo anterior, la depreciación a lo largo de los 5 años y el valor de rescate que

tendría pasados los 5 años del proyecto se presentan en los siguientes cuadros. El cálculo de la depreciación se realiza de acuerdo a la ley Tributaria vigente en el Ecuador en el año 2012. Se considera un valor estimado para el cálculo del valor de rescate de cada activo fijo al finalizar del último año (quinto año). El cálculo del costo de cada uno de los activos fijos se encuentra detallado a continuación:

**CUADRO No. 73**

ACTIVOS REQUERIDOS	COSTO	DEPRECIACION					VALOR DE RESCATE
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
TERRENO	100.000,00	-	-	-	-	-	130.000,00
EDIFICIO	207.200,00	10.360,00	10.360,00	10.360,00	10.360,00	10.360,00	160.000,00
MUEBLES Y ENSERES	11.990,00	2.295,67	2.295,67	2.295,67	729,00	729,00	4.000,00
EQUIPO SALA DE REPASOS	5.295,00	529,50	529,50	529,50	529,50	529,50	2.600,00
EQUIPO ESTUDIO DE GRABACIÓN	34.680,00	3.468,00	3.468,00	3.468,00	3.468,00	3.468,00	17.000,00
TOTAL	359.165,00	16.653,17	16.653,17	16.653,17	15.086,50	15.086,50	313.600,00

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 74**

TERRENO Y CONSTRUCCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	VIDA ÚTIL (AÑOS)	DEPRECIACIÓN				
					AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Terreno	1	100.000,0	100.000,0		-	-	-	-	-
Construcción (200m <sup>2</sup> )	1	116.200,0	116.200,0	20	5.810,0	5.810,0	5.810,0	5.810,0	5.810,0
Aislamiento acústico (130m <sup>2</sup> )	1	91.000,0	91.000,0	20	4.550,0	4.550,0	4.550,0	4.550,0	4.550,0
TOTAL			<u>307.200,0</u>		<u>10.360,0</u>	<u>10.360,0</u>	<u>10.360,0</u>	<u>10.360,0</u>	<u>10.360,0</u>

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**FUENTE:** Investigación realizada

**CUADRO No. 75**

MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	VIDA ÚTIL (AÑOS)	DEPRECIACIÓN				
					AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Computadores de escritorio Dell 2310M Core i3	4	650,0	2.600,0	3	866,7	866,7	866,7	-	-
Laptops Toshiba C675-S7106 Core i3	3	700,0	2.100,0	3	700,0	700,0	700,0	-	-
Sillas giratorias	5	80,0	400,0	10	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0
Sillas fijas	10	70,0	700,0	10	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0
Escritorios ejecutivos	3	200,0	600,0	10	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0
Escritorios profesores	3	100,0	300,0	10	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Escritorios computadores	3	100,0	300,0	10	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Pupitres	16	40,0	640,0	10	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0
Sala	1	800,0	800,0	10	80,0	80,0	80,0	80,0	80,0
Counter de recepción	1	400,0	400,0	10	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0
Impresora multifunción Epson Artisan 835	1	220,0	220,0	10	22,0	22,0	22,0	22,0	22,0
Teléfonos Panasonic TG4011	4	40,0	160,0	10	16,0	16,0	16,0	16,0	16,0
Televisión Sony KDL-42EX440 Led 42"	1	1.500,0	1.500,0	10	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0
Anaqueles	4	160,0	640,0	10	64,0	64,0	64,0	64,0	64,0
Inodoros Edesa	5	60,0	300,0	10	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Lavamanos Edesa	5	32,0	160,0	10	16,0	16,0	16,0	16,0	16,0
Cafetera Black & Decker Dlx 851b	1	50,0	50,0	10	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
Mueble "Tome 1"	1	120,0	120,0	10	12,0	12,0	12,0	12,0	12,0
<b>TOTAL</b>			<b>626.390,0</b>		<b>23.015,7</b>	<b>23.015,7</b>	<b>23.015,7</b>	<b>21.449,0</b>	<b>21.449,0</b>

**FUENTE:** Investigación realizada  
**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 76**

SALA DE REPASOS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	VIDA ÚTIL (AÑOS)	DEPRECIACIÓN				
					AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Batería Pearl Master Studio Birch	1	1000	1.000,0	10	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Platillo Crash Sabian 16" HHX X-Treme	1	250	250,0	10	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0
Platillo Crash Sabian 18" HHX Evolution	1	290	290,0	10	29,0	29,0	29,0	29,0	29,0
Platillo China Sabian 20" HHX	1	350	350,0	10	35,0	35,0	35,0	35,0	35,0
Platillo Splash Sabian 10" AAX Ozone	1	120	120,0	10	12,0	12,0	12,0	12,0	12,0
Platillo Ride Sabian 22" HH Rock Ride	1	400	400,0	10	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0
Platillo Hi-Hat Sabian 14" HHX	1	450	450,0	10	45,0	45,0	45,0	45,0	45,0
Doble Pedal Tama Iron Cobra HP900FSWN	1	300	300,0	10	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Asiento batería Pearl D790 Throne	1	60	60,0	10	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0
Juego micrófonos batería Pyle-Pro PDKM7	1	200	200,0	10	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0
Guitarra eléctrica Fender Starcaster	2	200	400,0	10	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0
Amplificador Peavey Vypyr 15	2	200	400,0	10	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0
Amplificador Peavey Bass Max 126	1	115	115,0	10	11,5	11,5	11,5	11,5	11,5
Teclados Yamaha YPG-235 76-Key	1	270	270,0	10	27,0	27,0	27,0	27,0	27,0
Bajo Jackson JS2	1	300	300,0	10	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Micrófono voz Shure SM58S	1	90	90,0	10	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0
Consola Phonic AM642D	1	300	300,0	10	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
<b>TOTAL</b>			<b>5.295,0</b>		<b>529,5</b>	<b>529,5</b>	<b>529,5</b>	<b>529,5</b>	<b>529,5</b>

**FUENTE:** Investigación realizada  
**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 77**

ESTUDIO DE GRABACIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	VIDA ÚTIL (AÑOS)	DEPRECIACIÓN				
					AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Batería DW Performance Serie- Black Diamond	1	2500	2.500,0	10	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0
Platillo Crash Zildjian A Custom 16"	1	200	200,0	10	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0
Platillo Crash Zildjian A Custom Projection 18"	1	250	250,0	10	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0
Platillo China Zildjian K Custom Dark 22"	1	380	380,0	10	38,0	38,0	38,0	38,0	38,0
Platillo Splash Zildjian A Custom 10"	1	100	100,0	10	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0
Platillo Ride Zildjian K Custom Special Dry 22"	1	400	400,0	10	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0
Platillo Hi-Hat Zildjian A Custom Mastersound 14"	1	400	400,0	10	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0
Doble Pedal DW 9000	1	600	600,0	10	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0
Asiento batería Gibraltar 9608 MB	1	150	150,0	10	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0
Juego de micrófonos Shure, batería Heil HDK-8	1	1600	1.600,0	10	160,0	160,0	160,0	160,0	160,0
Guitarra eléctrica Fender Stratocaster HSS	2	500	1.000,0	10	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Amplificador Peavey 6505	3	350	1.050,0	10	105,0	105,0	105,0	105,0	105,0
Amplificador Peavey Bandit 112	2	350	700,0	10	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0
Teclados Yamaha MOX6 61-Key Motif XS	1	1000	1.000,0	10	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Bajo Yamaha RBX375	1	400	400,0	10	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0
Asientos	5	60	300,0	10	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Micrófono voz Shure SM7B Dynamic Vocal	1	700	700,0	10	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0
Consola profesional Yamaha CL5	1	22000	22.000,0	10	2.200,0	2.200,0	2.200,0	2.200,0	2.200,0
Audífonos profesionales Audio-Technica ATH-PRO700MK2	5	190	950,0	10	95,0	95,0	95,0	95,0	95,0
<b>TOTAL</b>			<b>34.680,0</b>		<b>3.468,0</b>	<b>3.468,0</b>	<b>3.468,0</b>	<b>3.468,0</b>	<b>3.468,0</b>

**FUENTE:** Investigación realizada  
**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

### 6.1.2 CARGOS DIFERIDOS

Los cargos diferidos se refieren a todos aquellos desembolsos de dinero que se requieren previo a la puesta en marcha de un negocio. Los mismos, debido al monto, se encuentran amortizados durante el primer año, por este motivo el saldo de esta cuenta como se verá en el balance general, no aparece al cierre del primer año, únicamente aparece en el balance inicial.

#### CUADRO No. 78

<b>CARGOS DIFERIDOS</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>MONTO</b>
Escrituras	720,00
Publicación Extracto en diario	178,00
Notarización	45,00
Registro Mercantil	51,06
Pago Patente Municipal	60,00
Creación página web	300,00
<b>TOTAL CARGOS DIFERIDOS</b>	<b><u>1.354,06</u></b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

### 6.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo se refiere a la cantidad de dinero necesario para financiar los costos de operación. En otras palabras, el capital de trabajo es la cantidad de recursos que se necesitan desde que se inician los desembolsos hasta que se recuperan. Este lapso de tiempo es conocido también como ciclo de efectivo. Para el cálculo matemático del capital de trabajo hay algunos métodos; el más conocido es el método de período de desfase en donde intervienen variables como el ciclo de efectivo y el costo anual.

Sin embargo, debido a que “Rockin’ Quito” no maneja un ciclo de efectivo palpable puesto que no posee inventario, se ha tomado como capital de trabajo el valor aproximado de gastos mensuales, el cual es de \$15.000, y se encuentra detallado en el siguiente cuadro:

**CUADRO No. 79**

<b>GASTOS</b>	<b>MENSUAL</b>
<i>Administrativos</i>	
Suministros de oficina	150,00
Seguros	215,97
Sueldos Personal	5.700,00
Beneficios Sociales	1264,88
<b>TOTAL ADMINISTRATIVO</b>	<b>7.330,85</b>
<i>Operativos</i>	
Mantenimiento operaciones	200,00
Sueldos Personal	3.700,00
Beneficios sociales	903,88
Internet	50,00
Mantenimiento sitio Web	29,92
Servicios básicos	1.283,42
<b>TOTAL OPERATIVOS</b>	<b>6.167,21</b>
<i>Financieros</i>	
Interes	1.619,57
<b>TOTAL FINANCIEROS</b>	<b>1.619,57</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>15.117,64</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

## 6.2 PRESUPUESTOS

Para la realización de los presupuestos se ha tomado como referencia, por un lado los datos obtenidos de las encuestas y el focus group realizados, y por otro lado por la demanda de uno de los principales competidores de la academia: El Conservatorio Nacional de Música.

## 6.2.1 PRESUPUESTO DE VENTAS

La proyección de ventas se ha realizado por cada uno de los servicios que la academia ofrecerá. A continuación se presenta el cuadro resumen:

**CUADRO No. 80**

VENTAS TOTALES ANUALES					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CURSOS REGULARES	114.800,00	123.440,00	149.524,00	157.084,00	184.132,00
CURSOS POR HORAS	11.325,00	12.165,00	14.858,00	15.589,00	18.373,00
CURSOS DE VERANO	6.150,00	6.600,00	8.160,00	8.500,00	9.828,00
LOCAL DE ENSAYO	54.740,00	61.264,00	78.080,00	82.848,00	100.440,00
ESTUDIO DE GRABACIÓN	50.960,00	52.998,40	60.620,56	61.821,76	68.097,12
ASESORÍA MUSICAL	7.280,00	7.571,20	8.660,08	8.831,68	9.728,16
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>245.255,00</b>	<b>264.038,60</b>	<b>319.902,64</b>	<b>334.674,44</b>	<b>390.598,28</b>

Contado	201.155,00	216.498,12	262.257,73	274.323,69	320.064,46
Crédito	44.100,00	47.540,48	57.644,91	60.350,75	70.533,82

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

Para el cálculo tanto del precio como de la demanda para cada uno de los servicios durante los cinco años se tomó como referencia a factores fundamentales de los resultados obtenidos del Estudio de Mercado con la encuesta realizada, y el focus group.

Para los precios desde el segundo año se tomó como referencia a la proyección de la inflación acumulada.<sup>85</sup> Se prevé que la demanda aumentará debido a los

<sup>85</sup> [<https://www.bce.fin.ec/.../Supuestos%20Macro2012-2015.pdf>]

gastos en publicidad y al prestigio que irá ganando la academia. Las diferentes campañas publicitarias alentarán a la participación de cada vez más clientes.

### CUADRO No. 81

AÑO PROYECTO	AÑO	INFLACIÓN
0	2012	5,14%
1	2013	3,82%
2	2014	3,75%
3	2015	3,67%
4	2016	3,72%
5	2017	3,77%

FUENTE: [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec) al 08/11/12

ELABORACIÓN: Israel Domínguez

Se prevé que a partir del quinto año el crecimiento de las ventas comience a decaer, y la demanda se estabilice, lo cual a la vez indica la fidelización de los clientes. Para esto se ha tomado como referencia la tasa de asistencia que tuvo el QuitoFest en sus primeros cinco años de realización.<sup>86</sup>

El detalle de la proyección de ventas por cada uno de los servicios ofrecidos por la academia, así como el detalle de los servicios que presentan ventas a crédito consta a continuación:

#### i. Cursos Regulares

La proyección de ventas se basa por un lado en la demanda actual de uno de los competidores de la academia, el Conservatorio Nacional<sup>87</sup>, y los resultados obtenidos en la encuesta de las personas que sienten interés por el

<sup>86</sup> [[http://es.wikipedia.org/wiki/Quito\\_Fest](http://es.wikipedia.org/wiki/Quito_Fest)]

<sup>87</sup> [<http://www.elmercurio.com.ec/349040-pocos-estudiantes-en-enes-de-conservatorio.html>]

Rock, toca instrumentos y estarían dispuestos a asistir a una academia con las características descritas.

Las ventas que se consideran a crédito son aquellas que se considera que se realizarán con tarjeta de crédito y que quedarían pendientes de cobro de diciembre del año en curso a enero del año siguiente.

**CUADRO No. 82**

<b>CURSOS REGULARES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<i>PAGOS MENSUALES</i>					
Precio mensual por estudiante	80,00	80,00	90,00	90,00	100,00
Precio anual	960,00	960,00	1.080,00	1.080,00	1.200,00
Número estudiantes	113,00	122,00	131,00	138,00	146,00
Total Pagos Mensuales	108.480,00	117.120,00	141.480,00	149.040,00	175.200,00
<i>PAGOS TRIMESTRALES</i>					
Precio trimestral por estudiante	200,00	200,00	226,00	226,00	251,00
Precio anual	800,00	800,00	904,00	904,00	1.004,00
Número estudiantes	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00
Total Pagos Trimestrales	4.800,00	4.800,00	6.328,00	6.328,00	7.028,00
<i>PAGOS SEMESTRALES</i>					
Precio semestral por estudiante	380,00	380,00	429,00	429,00	476,00
Precio anual	760,00	760,00	858,00	858,00	952,00
Número estudiantes	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Total Pagos Trimestrales	1.520,00	1.520,00	1.716,00	1.716,00	1.904,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>114.800,00</b>	<b>123.440,00</b>	<b>149.524,00</b>	<b>157.084,00</b>	<b>184.132,00</b>

Contado	91.840,00	98.752,00	119.619,20	125.667,20	147.305,60
Crédito	22.960,00	24.688,00	29.904,80	31.416,80	36.826,40

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

## ii. Cursos por horas

Para la proyección de estas ventas se consideró que aproximadamente el 6% del total de estudiantes estaría dispuesto a acudir a clases únicamente por horas.

**CUADRO No. 83**

<b>CURSOS POR HORAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Total horas por semana	14,52	15,60	16,81	17,63	18,60
Total horas por año	755,00	811,00	874,00	917,00	967,00
Precio por hora	15,00	15,00	17,00	17,00	19,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>11.325,00</b>	<b>12.165,00</b>	<b>14.858,00</b>	<b>15.589,00</b>	<b>18.373,00</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

## iii. Cursos de verano

La proyección de estas ventas se basó en las respuestas obtenidas positivamente a la pregunta 11 de la encuesta, en la que se proporciona la opción de responder por el curso de verano.

**CUADRO No. 84**

<b>CURSOS DE VERANO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Precio por estudiante	150,00	150,00	170,00	170,00	189,00
Número de estudiantes	41,00	44,00	48,00	50,00	52,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>6.150,00</b>	<b>6.600,00</b>	<b>8.160,00</b>	<b>8.500,00</b>	<b>9.828,00</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

#### iv. Local de ensayo

En base a las respuestas obtenidas en la pregunta acerca del uso del local de ensayo se obtuvo la siguiente proyección de ventas. De igual manera se considera que las ventas a crédito son por pagos financiados mediante tarjeta de crédito. El precio se obtuvo tanto de las respuestas obtenidas en la encuesta, como en el focus group.

**CUADRO No. 85**

<b>USO LOCAL DE ENSAYO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<i>Ensayo más de 1 vez por semana</i>					
Número de personas	11	12	13	14	15
Horas promedio por ensayo	2	2	2	2	2
Horas anuales	1.716	1.872	2.028	2.184	2.340
<i>Ensayan 1 vez por semana</i>					
Número de personas	52	59	66	70	76
Horas promedio por ensayo	2	2	2	2	2
Horas anuales	5.408	6.136	6.864	7.280	7.904
<i>Ensayan 2 veces por mes</i>					
Número de personas	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00
Horas promedio por ensayo	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Horas anuales	312,00	312,00	364,00	364,00	364,00
<i>Ensayan 1 vez por mes</i>					
Número de personas	16,00	18,00	21,00	22,00	23,00
Horas promedio por ensayo	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Horas anuales	384,00	432,00	504,00	528,00	552,00
<b>TOTAL HORAS POR AÑO</b>	<b>7.820,00</b>	<b>8.752,00</b>	<b>9.760,00</b>	<b>10.356,00</b>	<b>11.160,00</b>
<b>PRECIO POR HORA</b>	<b>7,00</b>	<b>7,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>9,00</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>54.740,00</b>	<b>61.264,00</b>	<b>78.080,00</b>	<b>82.848,00</b>	<b>100.440,00</b>

Contado	43.792,00	49.011,20	62.464,00	66.278,40	80.352,00
Crédito	10.948,00	12.252,80	15.616,00	16.569,60	20.088,00

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

## v. Estudio de grabación

En base a las respuestas obtenidas en la pregunta acerca del deseo de uso del estudio de grabación, se obtuvo la siguiente proyección de ventas. Se considera que las ventas a crédito son por pagos financiados mediante tarjeta de crédito. El precio también se lo obtuvo de las respuestas obtenidas en la encuesta realizada.

**CUADRO No. 86**

<b>ESTUDIO DE GRABACIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Horas-grabación diarias	14,00	14,56	15,14	15,44	15,59
Horas grabación semanal	98,00	101,92	105,98	108,08	109,13
Horas grabación anual	5.096,00	5.299,84	5.510,96	5.620,16	5.674,76
Precio por hora	10,00	10,00	11,00	11,00	12,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>50.960,00</b>	<b>52.998,40</b>	<b>60.620,56</b>	<b>61.821,76</b>	<b>68.097,12</b>

Contado	40.768,00	42.398,72	48.496,45	49.457,41	54.477,70
Crédito	10.192,00	10.599,68	12.124,11	12.364,35	13.619,42

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

## vi. Asesoría Musical

Este dato fue obtenido directamente del focus group, en el cual los participantes indicaron que en caso de requerir asesoría en el ámbito musical, lo más probable es que esto se lo haga de manera eventual. Para la proyección de ventas se estimó que en principio este servicio se lo usaría unas 14 horas a la semana, lo que representa un rubro sumamente bajo en comparación con el resto de ventas por servicios.

**CUADRO No. 87**

<b>ASESORÍA MUSICAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Horas-asesoría semanal	14,00	14,56	15,14	15,44	15,59
Horas asesoría anual	728,00	757,12	787,28	802,88	810,68
Precio por hora	10,00	10,00	11,00	11,00	12,00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>7.280,00</b>	<b>7.571,20</b>	<b>8.660,08</b>	<b>8.831,68</b>	<b>9.728,16</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**6.2.2 PRESUPUESTO DE GASTOS**

Durante el primer año un total de 10 personas estarán colaborando con las labores de la academia. Para mantener la satisfacción laboral, se ha optado por tener sueldos competitivos, y que los colaboradores de la parte operativa ganen sobre el salario mínimo aprobado por el Gobierno.

A partir del tercer año debido a que la demanda sigue en aumento, se contrata a un profesor más. En el cuarto año se contrata una asistente más para labores administrativas. En el quinto año se contrata a otro profesor-músico más debido a que la demanda se mantuvo. Se prevé que a partir de este año la demanda se mantenga estable.

Probablemente para los siguientes años sea necesaria la contratación de más personal si es que se produce la construcción de otro piso en la academia para ampliar las operaciones de la misma.

El sueldo del personal tendrá un incremento anual equivalente a la tasa de inflación.

**CUADRO No. 88**

**AÑO 1**

CONCEPTO	Nº EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL	GASTO SUELDO ANUAL	APORTE PATRONAL IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	GASTO BENEFICIOS SOCIALES
<b>Personal Administrativo</b>							
Director Administrativo	1	1.800,00	21.600,00	2.624,40	1.800,00	292,00	4.716,40
Director Técnico-Académico	1	1.500,00	18.000,00	2.187,00	1.500,00	292,00	3.979,00
Director de Relaciones Públicas	1	1.500,00	18.000,00	2.187,00	1.500,00	292,00	3.979,00
Contador	1	900,00	10.800,00	1.312,20	900,00	292,00	2.504,20
<b>Total Personal Administrativo</b>	<b>4</b>	<b>5.700,00</b>	<b>68.400,00</b>	<b>8.310,60</b>	<b>5.700,00</b>	<b>1.168,00</b>	<b>15.178,60</b>
<b>Personal Operativo</b>							
Profesor-Técnico	3	850,00	30.600,00	3.717,90	2.550,00	876,00	7.143,90
Recepcionista-Asistente	1	450,00	5.400,00	656,10	450,00	292,00	1.398,10
Guardia	1	400,00	4.800,00	583,20	400,00	292,00	1.275,20
Conserje	1	300,00	3.600,00	437,40	300,00	292,00	1.029,40
<b>Total Personal Operativo</b>	<b>6</b>	<b>2.000,00</b>	<b>44.400,00</b>	<b>5.394,60</b>	<b>3.700,00</b>	<b>1.752,00</b>	<b>10.846,60</b>
<b>TOTAL PERSONAL</b>	<b>10</b>	<b>7.700,00</b>	<b>112.800,00</b>	<b>13.705,20</b>	<b>9.400,00</b>	<b>2.920,00</b>	<b>26.025,20</b>

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: Israel Domínguez

**CUADRO No. 89**

**AÑO 2**

CONCEPTO	Nº EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL	GASTO SUELDO ANUAL	APORTE PATRONAL IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	GASTO BENEFICIOS SOCIALES
<b>Personal Administrativo</b>							
Director Administrativo	1	1.867,50	22.410,00	2.722,82	1.867,50	302,95	4.893,27
Director Técnico-Académico	1	1.556,25	18.675,00	2.269,01	1.556,25	302,95	4.128,21
Director de Relaciones Públicas	1	1.556,25	18.675,00	2.269,01	1.556,25	302,95	4.128,21
Contador	1	933,75	11.205,00	1.361,41	933,75	302,95	2.598,11
<b>Total Personal Administrativo</b>	<b>4</b>	<b>5.913,75</b>	<b>70.965,00</b>	<b>8.622,25</b>	<b>5.913,75</b>	<b>1.211,80</b>	<b>15.747,80</b>
<b>Personal Operativo</b>							
Profesor-Técnico	3	881,88	31.747,50	3.857,32	2.645,63	908,85	7.411,80
Recepcionista-Asistente	1	466,88	5.602,50	680,70	466,88	302,95	1.450,53
Guardia	1	415,00	4.980,00	605,07	415,00	302,95	1.323,02
Conserje	1	311,25	3.735,00	453,80	311,25	302,95	1.068,00
<b>Total Personal Operativo</b>	<b>6</b>	<b>2.075,00</b>	<b>46.065,00</b>	<b>5.596,90</b>	<b>3.838,75</b>	<b>1.817,70</b>	<b>11.253,35</b>
<b>TOTAL PERSONAL</b>	<b>10</b>	<b>7.988,75</b>	<b>117.030,00</b>	<b>14.219,15</b>	<b>9.752,50</b>	<b>3.029,50</b>	<b>27.001,15</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 90**

**AÑO 3**

CONCEPTO	Nº EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL	GASTO SUELDO ANUAL	APORTE PATRONAL IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	GASTO BENEFICIOS SOCIALES
<b>Personal Administrativo</b>							
Director Administrativo	1	1.936,04	23.232,45	2.822,74	1.936,04	314,07	5.072,85
Director Técnico-Académico	1	1.613,36	19.360,37	2.352,29	1.613,36	314,07	4.279,72
Director de Relaciones Públicas	1	1.613,36	19.360,37	2.352,29	1.613,36	314,07	4.279,72
Contador	1	968,02	11.616,22	1.411,37	968,02	314,07	2.693,46
<b>Total Personal Administrativo</b>	<b>4</b>	<b>6.130,78</b>	<b>73.569,42</b>	<b>8.938,68</b>	<b>6.130,78</b>	<b>1.256,27</b>	<b>16.325,74</b>
<b>Personal Operativo</b>							
Profesor-Técnico	4	914,24	43.883,51	5.331,85	3.656,96	942,20	9.931,01
Recepcionista-Asistente	1	484,01	5.808,11	705,69	484,01	314,07	1.503,76
Guardia	1	430,23	5.162,77	627,28	430,23	314,07	1.371,57
Conserje	1	322,67	3.872,07	470,46	322,67	314,07	1.107,20
<b>Total Personal Operativo</b>	<b>7</b>	<b>2.151,15</b>	<b>58.726,46</b>	<b>7.135,27</b>	<b>4.893,87</b>	<b>1.884,41</b>	<b>13.913,55</b>
<b>TOTAL PERSONAL</b>	<b>11</b>	<b>8.281,94</b>	<b>132.295,88</b>	<b>16.073,95</b>	<b>11.024,66</b>	<b>3.140,68</b>	<b>30.239,29</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 91**

**AÑO 4**

CONCEPTO	Nº EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL	GASTO SUELDO ANUAL	APORTE PATRONAL IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	GASTO BENEFICIOS SOCIALES
<b>Personal Administrativo</b>							
Director Administrativo	1	2.008,03	24.096,33	2.927,70	2.008,03	325,75	5.261,48
Director Técnico-Académico	1	1.673,36	20.080,28	2.439,75	1.673,36	325,75	4.438,86
Director de Relaciones Públicas	1	1.673,36	20.080,28	2.439,75	1.673,36	325,75	4.438,86
Contador	1	1.004,01	12.048,17	1.463,85	1.004,01	325,75	2.793,61
<b>Total Personal Administrativo</b>	<b>4</b>	<b>6.358,75</b>	<b>76.305,05</b>	<b>9.271,06</b>	<b>6.358,75</b>	<b>1.302,99</b>	<b>16.932,81</b>
<b>Personal Operativo</b>							
Profesor-Técnico	4	948,24	45.515,29	5.530,11	3.792,94	977,24	10.300,29
Recepcionista-Asistente	2	502,01	12.048,17	1.463,85	1.004,01	325,75	2.793,61
Guardia	1	446,23	5.354,74	650,60	446,23	325,75	1.422,58
Conserje	1	334,67	4.016,06	487,95	334,67	325,75	1.148,37
<b>Total Personal Operativo</b>	<b>8</b>	<b>2.231,14</b>	<b>66.934,26</b>	<b>8.132,51</b>	<b>5.577,85</b>	<b>1.954,48</b>	<b>15.664,85</b>
<b>TOTAL PERSONAL</b>	<b>12</b>	<b>8.589,90</b>	<b>143.239,31</b>	<b>17.403,58</b>	<b>11.936,61</b>	<b>3.257,47</b>	<b>32.597,65</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 92**

**AÑO 5**

CONCEPTO	Nº EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL	GASTO SUELDO ANUAL	APORTE PATRONAL IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	GASTO BENEFICIOS SOCIALES
<b>Personal Administrativo</b>							
Director Administrativo	1	2.083,68	25.004,17	3.038,01	2.083,68	338,02	5.459,71
Director Técnico-Académico	1	1.736,40	20.836,81	2.531,67	1.736,40	338,02	4.606,09
Director de Relaciones Públicas	1	1.736,40	20.836,81	2.531,67	1.736,40	338,02	4.606,09
Contador	1	1.041,84	12.502,08	1.519,00	1.041,84	338,02	2.898,86
<b>Total Personal Administrativo</b>	<b>4</b>	<b>6.598,32</b>	<b>79.179,87</b>	<b>9.620,35</b>	<b>6.598,32</b>	<b>1.352,08</b>	<b>17.570,75</b>
<b>Personal Operativo</b>							
Profesor-Técnico	5	983,96	59.037,62	7.173,07	4.919,80	1.014,06	13.106,93
Recepcionista-Asistente	2	520,92	12.502,08	1.519,00	1.041,84	338,02	2.898,86
Guardia	1	463,04	5.556,48	675,11	463,04	338,02	1.476,17
Conserje	1	347,28	4.167,36	506,33	347,28	338,02	1.191,63
<b>Total Personal Operativo</b>	<b>9</b>	<b>2.315,20</b>	<b>81.263,55</b>	<b>9.873,52</b>	<b>6.771,96</b>	<b>2.028,12</b>	<b>18.673,60</b>
<b>TOTAL PERSONAL</b>	<b>13</b>	<b>8.913,52</b>	<b>160.443,41</b>	<b>19.493,87</b>	<b>13.370,28</b>	<b>3.380,19</b>	<b>36.244,35</b>

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: Israel Domínguez

**CUADRO No. 93**

GASTOS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Administrativos</i>						
Suministros de oficina	150,00	1.800,00	1.867,50	1.936,04	2.008,03	2.083,68
Seguros	215,97	2.591,65	2.688,84	2.787,52	2.891,17	3.000,10
Sueldos Personal		68.400,00	70.965,00	73.569,42	76.305,05	79.179,87
Beneficios Sociales		15.178,60	15.747,80	16.325,74	16.932,81	17.570,75
<b>TOTAL ADMINISTRATIVO</b>		<b>87.970,25</b>	<b>91.269,13</b>	<b>94.618,71</b>	<b>98.137,06</b>	<b>101.834,40</b>
<i>Operativos</i>						
Mantenimiento operaciones	200,00	2.400,00	2.490,00	2.581,38	2.677,37	2.778,24
Sueldos Personal		44.400,00	46.065,00	58.726,46	66.934,26	81.263,55
Beneficios sociales		10.846,60	11.253,35	13.913,55	15.664,85	18.673,60
Internet	50,00	600,00	622,50	645,35	669,34	694,56
Mantenimiento sitio Web	29,92	359,00	372,46	386,13	400,49	415,58
Servicios básicos	1.283,42	15.401,00	17.114,46	18.884,32	20.298,31	21.942,68
Publicidad		30.320,00	10.707,00	11.099,95	11.512,69	11.946,44
<b>TOTAL OPERATIVOS</b>		<b>104.326,60</b>	<b>88.624,77</b>	<b>106.237,14</b>	<b>118.157,31</b>	<b>137.714,64</b>
<i>Financieros</i>						
Interes		19.434,90	15.826,79	11.867,28	7.522,13	2.753,79
<b>TOTAL FINANCIEROS</b>		<b>19.434,90</b>	<b>15.826,79</b>	<b>11.867,28</b>	<b>7.522,13</b>	<b>2.753,79</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>211.731,74</b>	<b>195.720,69</b>	<b>212.723,13</b>	<b>223.816,49</b>	<b>242.302,82</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

Los suministros de oficina se refieren a todos los artículos que son necesarios para llevar a cabo las labores administrativas. El gasto en seguros está calculado en base al total de activos y con la tasa del 1%. Esta tasa es utilizada comúnmente por las compañías de seguros para la póliza de todo riesgo.

Se considera un gasto mensual de \$200 para el mantenimiento de operaciones. En este rubro se incluye todo lo concerniente al mantenimiento de los equipos e instrumentos, de la sala de repasos y del estudio de grabación. Así mismo este rubro incluye la compra de repuestos para los equipos y los complementos de los instrumentos, tales como: vitelas, baquetas, cuerdas, etc.

Mensualmente se presupuesta realizar pagos por el servicio de internet, mantenimiento del sitio web en el que se encuentra alojada la página web de la academia, y los servicios básicos.

En el siguiente cuadro se detalla el gasto anual presupuestado de servicios básicos. El rubro de mayor monto es el de consumo de luz, para el cual se realizó un cálculo especial basado en la demanda (horas) que tendrá la academia a lo largo de los 5 años (de cada uno de los servicios), esto multiplicado por el consumo de energía eléctrica en KWh (Kilowatts por hora) que genera cada uno de los servicios y actividades propias del desarrollo de las actividades de la academia.

**CUADRO No. 94**

<i>SERVICIOS BASICOS</i>	<i>Mensual</i>	<i>AÑO 1</i>	<i>AÑO 2</i>	<i>AÑO 3</i>	<i>AÑO 4</i>	<i>AÑO 5</i>
AGUA	65,00	780,00	809,25	838,95	870,15	902,93
TELEFONO	250,00	3.000,00	3.112,50	3.226,73	3.346,71	3.472,80
LUZ	968,42	11.621,00	13.192,71	14.818,64	16.081,45	17.566,95
<b>TOTAL</b>	<b>1.283,42</b>	<b>15.401,00</b>	<b>17.114,46</b>	<b>18.884,32</b>	<b>20.298,31</b>	<b>21.942,68</b>

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: Israel Domínguez

**6.2.3 PRESUPUESTO DE CAJA**

El presupuesto de caja nos dará una imagen más real de cómo se encuentra el flujo de efectivo de la academia, basado en el total de pagos recibidos y el total de desembolsos que se debe realizar en cada uno de los 5 años proyectados.

El saldo inicial de caja para el año 1 será de \$15.000 debido al fuerte gasto que habrá en publicidad. Para el resto de años, el saldo inicial se mantendrá en \$5.000.

Los ingresos provienen de las ventas proyectadas. Se prevé que aproximadamente un 80% de las ventas sean pagadas en efectivo y un 20% sea pagado a crédito. Esto se presenta principalmente en los servicios de grabación y en el uso del local de ensayo. Se prevé que el pago por el uso del local de ensayo no será al contado, ya que para incentivar el uso del mismo se recurrirán a promociones que otorguen facilidades de pago.

Como parte de los desembolsos de efectivo que se van a realizar se tienen los gastos operacionales y los gastos administrativos. Así mismo aquí se incluye el desembolso que se hará por motivo de publicidad de la academia.

Parte de los desembolsos en efectivo también lo conforman los pagos que se harán tanto al capital de la deuda, como a los intereses. Así mismo los pagos por motivo del impuesto a la renta y participación a trabajadores representa un egreso de efectivo, y debido a que estas obligaciones se pagan a año vencido, se los realizarán a partir del segundo año.

Luego de la diferencia entre los ingresos y los egresos de efectivo, cada año deberá terminar con \$5.000 en caja chica/bancos para que dicho monto sea el efectivo con el que cuente la academia para el siguiente año. Para mantener esta liquidez, durante los dos primeros años se solicitan dos préstamos a corto plazo, a una tasa del 9,33%. Durante los 3 últimos años el flujo de efectivo es positivo y la academia realiza inversiones a corto plazo en el banco, a una tasa del 4,53%.<sup>88</sup>

---

<sup>88</sup> [www.bce.fin.ec] al 04/11/2012

**CUADRO No. 95**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial de caja	15.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
<b>Ingresos</b>					
De contado	201.155,00	216.498,12	262.257,73	274.323,69	320.064,46
A crédito		44.100,00	47.540,48	57.644,91	60.350,75
<b>Egresos</b>					
Mantenimiento operaciones	- 2.400,00	- 2.490,00	- 2.581,38	- 2.677,37	- 2.778,24
Sueldos	- 112.800,00	- 117.030,00	- 132.295,88	- 143.239,31	- 160.443,41
Beneficios Sociales	- 26.025,20	- 27.001,15	- 30.239,29	- 32.597,65	- 36.244,35
Suministros de oficina	- 1.800,00	- 1.867,50	- 1.936,04	- 2.008,03	- 2.083,68
Seguros	- 2.591,65	- 2.688,84	- 2.787,52	- 2.891,17	- 3.000,10
Internet	- 600,00	- 622,50	- 645,35	- 669,34	- 694,56
Servicios Básicos	- 15.401,00	- 17.114,46	- 18.884,32	- 20.298,31	- 21.942,68
Mantenimiento sitio WEB	- 359,00	- 372,46	- 386,13	- 400,49	- 415,58
Publicidad	- 30.320,00	- 10.707,00	- 11.099,95	- 11.512,69	- 11.946,44
<b>Egresos Financieros</b>					
Capital de la deuda Largo Plazo	- 37.046,08	- 40.654,18	- 44.613,70	- 48.958,85	- 53.727,19
Intereses de la deuda Largo Plazo	- 19.434,90	- 15.826,79	- 11.867,28	- 7.522,13	- 2.753,79
<b>Obligaciones Estatales</b>					
15% Trabajadores	-	- 1.800,87	- 7.456,44	- 13.665,92	- 14.650,21
22% Impuesto a la Renta	-	- 2.245,09	- 9.295,69	- 17.036,84	- 18.263,93
<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>	<b>- 32.622,82</b>	<b>25.177,28</b>	<b>40.709,26</b>	<b>33.490,50</b>	<b>56.471,04</b>
<b>FINANCIAMIENTO</b>					
CONTRATACIÓN PRÉSTAMO	37.622,82	20.955,75			
CANCELACIÓN PRÉSTAMO		- 37.622,82	- 20.955,75		
PAGO INTERESES		- 3.510,21	- 1.955,17		
INVERSIONES			- 12.798,33	- 41.868,60	- 95.236,29
RECUPERACIÓN INVERSION				12.798,33	41.868,60
INTERESES GANADOS				579,76	1.896,65
<b>SALDO FINAL DE CAJA CON FINANC.</b>	<b>5.000,00</b>	<b>5.000,00</b>	<b>5.000,00</b>	<b>5.000,00</b>	<b>5.000,00</b>

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: Israel Domínguez

## **6.3 ESTADOS FINANCIERO PROYECTADOS**

### **6.3.1 ESTADOS DE RESULTADOS**

Debido a que se prevé que el crecimiento de las ventas comience a decaer a partir del quinto año, las ganancias de la academia crecerán a un ritmo menor también.

En base a la información presentada a lo largo de este capítulo, se ha podido proyectar cinco años el Estado de Resultados, como se muestra a continuación:

CUADRO No. 96

ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
CURSOS REGULARES	114.800,00	123.440,00	149.524,00	157.084,00	184.132,00
CURSOS POR HORAS	11.325,00	12.165,00	14.858,00	15.589,00	18.373,00
CURSOS DE VERANO	6.150,00	6.600,00	8.160,00	8.500,00	9.828,00
LOCAL DE ENSAYO	54.740,00	61.264,00	78.080,00	82.848,00	100.440,00
ESTUDIO DE GRABACIÓN	50.960,00	52.998,40	60.620,56	61.821,76	68.097,12
ASESORÍA MUSICAL	7.280,00	7.571,20	8.660,08	8.831,68	9.728,16
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>245.255,00</b>	<b>264.038,60</b>	<b>319.902,64</b>	<b>334.674,44</b>	<b>390.598,28</b>
<b>GASTOS</b>					
<b>Administrativos</b>					
Suministros de oficina	1.800,00	1.867,50	1.936,04	2.008,03	2.083,68
Seguros	2.591,65	2.688,84	2.787,52	2.891,17	3.000,10
Sueldos Personal	68.400,00	70.965,00	73.569,42	76.305,05	79.179,87
Beneficios Sociales	15.178,60	15.747,80	16.325,74	16.932,81	17.570,75
Depreciación/Amortización	18.007,23	16.653,17	16.653,17	15.086,50	15.086,50
<b>TOTAL ADMINISTRATIVO</b>	<b>105.977,48</b>	<b>107.922,30</b>	<b>111.271,88</b>	<b>113.223,56</b>	<b>116.920,90</b>
<b>Operativos</b>					
Mantenimiento operaciones	2.400,00	2.490,00	2.581,38	2.677,37	2.778,24
Sueldos Personal	44.400,00	46.065,00	58.726,46	66.934,26	81.263,55
Beneficios sociales	10.846,60	11.253,35	13.913,55	15.664,85	18.673,60
Internet	600,00	622,50	645,35	669,34	694,56
Mantenimiento sitio Web	359,00	372,46	386,13	400,49	415,58
Servicios básicos	15.401,00	17.114,46	18.884,32	20.298,31	21.942,68
Publicidad	30.320,00	10.707,00	11.099,95	11.512,69	11.946,44
<b>TOTAL OPERATIVOS</b>	<b>104.326,60</b>	<b>88.624,77</b>	<b>106.237,14</b>	<b>118.157,31</b>	<b>137.714,64</b>
<b>Gastos/Ingresos Financieros</b>					
Interes Deuda Largo Plazo	19.434,90	15.826,79	11.867,28	7.522,13	2.753,79
Interes Deuda Corto Plazo	3.510,21	1.955,17	-		
<b>TOTAL FINANCIEROS</b>	<b>22.945,11</b>	<b>17.781,97</b>	<b>11.867,28</b>	<b>7.522,13</b>	<b>2.753,79</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>233.249,18</b>	<b>214.329,03</b>	<b>229.376,30</b>	<b>238.902,99</b>	<b>257.389,32</b>
Intereses Ganados			579,76	1.896,65	4.314,20
<b>UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES</b>	<b>12.005,82</b>	<b>49.709,57</b>	<b>91.106,11</b>	<b>97.668,09</b>	<b>137.523,16</b>
15% Participación Trabajadores	1.800,87	7.456,44	13.665,92	14.650,21	20.628,47
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>10.204,95</b>	<b>42.253,13</b>	<b>77.440,19</b>	<b>83.017,88</b>	<b>116.894,69</b>
22% Impuesto a la renta	2.245,09	9.295,69	17.036,84	18.263,93	25.716,83
<b>UTILIDAD/PÉRDIDA NETA</b>	<b>7.959,86</b>	<b>32.957,44</b>	<b>60.403,35</b>	<b>64.753,95</b>	<b>91.177,85</b>

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: Israel Domínguez

### **6.3.2 BALANCE GENERAL**

La proyección del balance general se la ha realizado con el balance inicial, y con el cierre del periodo contable proyectado a cinco años.

Como se podrá ver en el balance general, no existen cuentas por cobrar a proveedores debido a que por la naturaleza de la academia no existe un rubro significativo con el cual se pueda buscar un apalancamiento, como por ejemplo sucede con las empresas industriales o comerciales, las que se apalancan con las cuentas por pagar a sus proveedores, correspondientes a materias primas y productos terminados respectivamente.

CUADRO No. 97

BALANCE GENERAL	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>						
<i>Activos Corrientes</i>						
Caja/Bancos	15.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Cuentas por cobrar		44.100,00	47.540,48	57.644,91	60.350,75	70.533,82
Inversiones temporales				12.798,33	41.868,60	95.236,29
Intereses por cobrar				579,76	1.896,65	4.314,20
Total Activos corrientes	15.000,00	49.100,00	52.540,48	76.023,01	109.116,00	175.084,32
<i>Activos Fijos</i>						
Edificios	207.200,00	207.200,00	207.200,00	207.200,00	207.200,00	207.200,00
Terrenos	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00
Muebles y enseres	11.990,00	11.990,00	11.990,00	11.990,00	11.990,00	11.990,00
Equipos	39.975,00	39.975,00	39.975,00	39.975,00	39.975,00	39.975,00
(-) Depreciación acumulada		-	-	-	-	-
		16.653,17	33.306,33	49.959,50	65.046,00	80.132,50
Total Activos Fijos	359.165,00	342.511,83	325.858,67	309.205,50	294.119,00	279.032,50
<i>Activos Intangibles</i>						
Gastos de Constitución	1.354,06	-	-	-	-	-
Total Activos intangibles	1.354,06	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>375.519,06</b>	<b>391.611,83</b>	<b>378.399,15</b>	<b>385.228,51</b>	<b>403.235,00</b>	<b>454.116,82</b>
<b>PASIVOS</b>						
<i>Corto plazo</i>						
CxP Proveedores						
Impuesto a la Renta		1.800,87	9.295,69	17.036,84	18.263,93	25.716,83
Participación Trabajadores		2.245,09	7.456,44	13.665,92	14.650,21	20.628,47
Obligaciones Bancarias		37.622,82	20.955,75			
Intereses por pagar		3.510,21	1.955,17			
Total Corto plazo	-	45.179,00	39.663,05	30.702,76	32.914,15	46.345,30
<i>Largo Plazo</i>						
Obligaciones Bancarias	225.000,00	187.953,92	147.299,74	102.686,04	53.727,19	-
Total Largo Plazo	225.000,00	187.953,92	147.299,74	102.686,04	53.727,19	-
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>225.000,00</b>	<b>233.132,91</b>	<b>186.962,78</b>	<b>133.388,80</b>	<b>86.641,34</b>	<b>46.345,30</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	150.519,06	150.519,06	150.519,06	150.519,06	150.519,06	150.519,06
Utilidad/Pérdida del Ejercicio		7.959,86	32.957,44	60.403,35	64.753,95	91.177,85
Utilidades Retenidas			7.959,86	40.917,30	101.320,65	166.074,60
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>150.519,06</b>	<b>158.478,92</b>	<b>191.436,36</b>	<b>251.839,71</b>	<b>316.593,66</b>	<b>407.771,51</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>375.519,06</b>	<b>391.611,83</b>	<b>378.399,15</b>	<b>385.228,51</b>	<b>403.235,00</b>	<b>454.116,82</b>

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: Israel Domínguez

## 6.4 ANÁLISIS FINANCIERO

### 6.4.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

Debido a la variación tanto en los costos, como en los precios de los servicios de la academia, lo más conveniente ha sido realizar el cálculo del punto de equilibrio por cada uno de los años proyectados.

El punto de equilibrio es calculado debido a que se desea saber cuál es total de ventas que debe ser alcanzado para que los costos fijos, y los costos variables correspondientes a dichas ventas sean cubiertos. En el caso de “Rockin’ Quito” todos los costos son prácticamente fijos, debido a la naturaleza del negocio que llevará a cabo la academia: servicios.

El punto de equilibrio se lo ha calculado tomando como referencia el total de ventas anuales y el porcentaje de participación de cada uno de los servicios, y los costos fijos anuales. El total de costos fijos se divide para el total de margen promedio, que en el caso de la academia es igual al precio de venta. El resultado obtenido representa el total de unidades que deberá ser vendido para alcanzar el punto de equilibrio. Posteriormente el valor obtenido de esta relación se multiplica por la cantidad de ventas de cada uno de los servicios, y se obtiene así la cantidad que deberá venderse por cada servicio para llegar al punto de equilibrio. Finalmente la cantidad obtenida se multiplica por el precio de venta, por servicio, y ese será el monto por año que se deberá vender por cada uno de los servicios para así llegar al punto de equilibrio.

**CUADRO No. 98**

AÑO 1

<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>Monto</b>
<i>Administrativos</i>	
Suministros de oficina	1.800
Seguros	2.592
Sueldos Personal	68.400
Beneficios Sociales	15.179
<i>Operativos</i>	
Mantenimiento operaciones	2.400
Sueldos Personal	44.400
Beneficios sociales	10.847
Internet	600
Mantenimiento sitio Web	359
Servicios básicos	15.401
Publicidad	30.320
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>192.297</b>

<b>SERVICIO</b>	<b>Número alumnos al año (Q)</b>	<b>Precio anual (\$)</b>	<b>Ventas Anuales (\$)</b>	<b>% Total Ventas</b>	<b>Distribución CF por servicio</b>
CURSOS REGULARES	121	949	114.800	47%	90.011
CURSOS DE VERANO	41	150	6.150	3%	4.822
<b>SUBTOTAL</b>	<b>162</b>		<b>120.950</b>	<b>49%</b>	<b>94.833</b>
<b>SERVICIO</b>	<b>Horas de servicio al año (Q)</b>	<b>Precio por hora (\$)</b>	<b>Ventas Anuales (\$)</b>	<b>% Total Ventas</b>	<b>Distribución CF por servicio</b>
CURSOS POR HORAS	755	15	11.325	5%	8.880
LOCAL DE ENSAYO	7.820	7	54.740	22%	42.920
ESTUDIO DE GRABACIÓN	5.096	10	50.960	21%	39.956
ASESORÍA MUSICAL	728	10	7.280	3%	5.708
<b>SUBTOTAL</b>	<b>14.399</b>		<b>124.305</b>	<b>51%</b>	<b>97.464</b>
<b>TOTAL</b>			<b>245.255</b>	<b>100%</b>	<b>192.297</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO  
UNIDADES =

COSTOS FIJOS TOTALES / (PVP-  
CV)

COSTOS FIJOS TOTALES /  
MARGEN PROMEDIO

<b>Punto Equilibrio =</b>	<b>0,78</b>
---------------------------	-------------

SERVICIO	Número alumnos al año (Q)	Precio anual (\$)	Ventas Anuales (\$)
CURSOS REGULARES	95	949	90.011
CURSOS DE VERANO	32	150	4.822
<b>SUBTOTAL</b>	<b>127</b>		<b>94.833</b>
SERVICIO	Horas de servicio al año (Q)	Precio por hora (\$)	Ventas Anuales (\$)
CURSOS POR HORAS	592	15	8.880
LOCAL DE ENSAYO	6131	7	42.920
ESTUDIO DE GRABACIÓN	3996	10	39.956
ASESORÍA MUSICAL	571	10	5.708
<b>SUBTOTAL</b>	<b>11.290</b>		<b>97.464</b>
<b>TOTAL VENTAS</b>			<b>192.297</b>
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>			<b>192.297</b>
<b>UTILIDAD</b>			<b>-</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 99**

AÑO 2

<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>Monto</b>
<i>Administrativos</i>	
Suministros de oficina	1.868
Seguros	2.689
Sueldos Personal	70.965
Beneficios Sociales	15.748
<i>Operativos</i>	
Mantenimiento operaciones	2.490
Sueldos Personal	46.065
Beneficios sociales	11.253
Internet	623
Mantenimiento sitio Web	372
Servicios básicos	17.114
Publicidad	10.707
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>179.894</b>

<b>SERVICIO</b>	<b>Número alumnos al año (Q)</b>	<b>Precio anual (\$)</b>	<b>Ventas Anuales (\$)</b>	<b>% Total Ventas</b>	<b>Distribución CF por servicio</b>
CURSOS REGULARES	130	950	123.440	47%	84.102
CURSOS DE VERANO	44	150	6.600	2%	4.497
<b>SUBTOTAL</b>	<b>174</b>		<b>130.040</b>	<b>49%</b>	<b>88.598</b>
<b>SERVICIO</b>	<b>Horas de servicio al año (Q)</b>	<b>Precio por hora (\$)</b>	<b>Ventas Anuales (\$)</b>	<b>% Total Ventas</b>	<b>Distribución CF por servicio</b>
CURSOS POR HORAS	811	15	12.165	5%	8.288
LOCAL DE ENSAYO	8.752	7	61.264	23%	41.740
ESTUDIO DE GRABACIÓN	5.300	10	52.998	20%	36.109
ASESORÍA MUSICAL	757	10	7.571	3%	5.158
<b>SUBTOTAL</b>	<b>15.620</b>		<b>133.999</b>	<b>51%</b>	<b>91.295</b>
<b>TOTAL</b>			<b>264.039</b>	<b>100%</b>	<b>179.894</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO  
UNIDADES =

COSTOS FIJOS TOTALES /  
(PVP-CV)

COSTOS FIJOS TOTALES /  
MARGEN PROMEDIO

<b>Punto Equilibrio =</b>	<b>0,68</b>
---------------------------	-------------

SERVICIO	Número alumnos al año (Q)	Precio anual (\$)	Ventas Anuales (\$)
CURSOS REGULARES	89	950	84.102
CURSOS DE VERANO	30	150	4.497
<b>SUBTOTAL</b>	<b>119</b>		<b>88.598</b>
SERVICIO	Horas de servicio al año (Q)	Precio por hora (\$)	Ventas Anuales (\$)
CURSOS POR HORAS	553	15	8.288
LOCAL DE ENSAYO	5963	7	41.740
ESTUDIO DE GRABACIÓN	3611	10	36.109
ASESORÍA MUSICAL	516	10	5.158
<b>SUBTOTAL</b>	<b>10.642</b>		<b>91.295</b>
<b>TOTAL VENTAS</b>			<b>179.894</b>
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>			<b>179.894</b>
<b>UTILIDAD</b>			<b>-</b>

FUENTE: Investigación realizada

ELABORACIÓN: Israel Domínguez

**CUADRO No. 100**

AÑO 3

<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>Monto</b>
<i>Administrativos</i>	
Suministros de oficina	1.936
Seguros	2.788
Sueldos Personal	73.569
Beneficios Sociales	16.326
<i>Operativos</i>	
Mantenimiento operaciones	2.581
Sueldos Personal	58.726
Beneficios sociales	13.914
Internet	645
Mantenimiento sitio Web	386
Servicios básicos	18.884
Publicidad	11.100
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>200.856</b>

<b>SERVICIO</b>	<b>Número alumnos al año (Q)</b>	<b>Precio anual (\$)</b>	<b>Ventas Anuales (\$)</b>	<b>% Total Ventas</b>	<b>Distribución CF por servicio</b>
CURSOS REGULARES	140	1.068	149.524	47%	93.881
CURSOS DE VERANO	48	170	8.160	3%	5.123
<b>SUBTOTAL</b>	<b>188</b>		<b>157.684</b>	<b>49%</b>	<b>99.004</b>
<b>SERVICIO</b>	<b>Horas de servicio al año (Q)</b>	<b>Precio por hora (\$)</b>	<b>Ventas Anuales (\$)</b>	<b>% Total Ventas</b>	<b>Distribución CF por servicio</b>
CURSOS POR HORAS	874	17	14.858	5%	9.329
LOCAL DE ENSAYO	9.760	8	78.080	24%	49.024
ESTUDIO DE GRABACIÓN	5.511	11	60.621	19%	38.062
ASESORÍA MUSICAL	787	11	8.660	3%	5.437
<b>SUBTOTAL</b>	<b>16.932</b>		<b>162.219</b>	<b>51%</b>	<b>101.851</b>
<b>TOTAL</b>			<b>319.903</b>	<b>100%</b>	<b>200.856</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO  
UNIDADES =

COSTOS FIJOS TOTALES / (PVP-CV)

COSTOS FIJOS TOTALES /  
MARGEN PROMEDIO

<b>Punto Equilibrio =</b>	<b>0,63</b>
---------------------------	-------------

SERVICIO	Número alumnos al año (Q)	Precio anual (\$)	Ventas Anuales (\$)
CURSOS REGULARES	88	1068	93.881
CURSOS DE VERANO	30	170	5.123
<b>SUBTOTAL</b>	<b>118</b>		<b>99.004</b>
SERVICIO	Horas de servicio al año (Q)	Precio por hora (\$)	Ventas Anuales (\$)
CURSOS POR HORAS	549	17	9.329
LOCAL DE ENSAYO	6128	8	49.024
ESTUDIO DE GRABACIÓN	3460	11	38.062
ASESORÍA MUSICAL	494	11	5.437
<b>SUBTOTAL</b>	<b>10.631</b>		<b>101.851</b>
<b>TOTAL VENTAS</b>			<b>200.856</b>
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>			<b>200.856</b>
<b>UTILIDAD</b>			<b>-</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

**CUADRO No. 101**

AÑO 4

<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>Monto</b>
<i>Administrativos</i>	
Suministros de oficina	2.008
Seguros	2.891
Sueldos Personal	76.305
Beneficios Sociales	16.933
<i>Operativos</i>	
Mantenimiento operaciones	2.677
Sueldos Personal	66.934
Beneficios sociales	15.665
Internet	669
Mantenimiento sitio Web	400
Servicios básicos	20.298
Publicidad	11.513
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>216.294</b>

<b>SERVICIO</b>	<b>Número alumnos al año (Q)</b>	<b>Precio anual (\$)</b>	<b>Ventas Anuales (\$)</b>	<b>% Total Ventas</b>	<b>Distribución CF por servicio</b>
CURSOS REGULARES	147	1.069	157.084	47%	101.521
CURSOS DE VERANO	50	170	8.500	3%	5.493
<b>SUBTOTAL</b>	<b>197</b>		<b>165.584</b>	<b>49%</b>	<b>107.014</b>
<b>SERVICIO</b>	<b>Horas de servicio al año (Q)</b>	<b>Precio por hora (\$)</b>	<b>Ventas Anuales (\$)</b>	<b>% Total Ventas</b>	<b>Distribución CF por servicio</b>
CURSOS POR HORAS	917	17	15.589	5%	10.075
LOCAL DE ENSAYO	10.356	8	82.848	25%	53.543
ESTUDIO DE GRABACIÓN	5.620	11	61.822	18%	39.954
ASESORÍA MUSICAL	803	11	8.832	3%	5.708
<b>SUBTOTAL</b>	<b>17.696</b>		<b>169.090</b>	<b>51%</b>	<b>109.280</b>
<b>TOTAL</b>			<b>334.674</b>	<b>100%</b>	<b>216.294</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO  
UNIDADES =

COSTOS FIJOS TOTALES /  
(PVP-CV)

COSTOS FIJOS TOTALES /  
MARGEN PROMEDIO

<b>Punto Equilibrio =</b>	<b>0,65</b>
---------------------------	-------------

SERVICIO	Número alumnos al año (Q)	Precio anual (\$)	Ventas Anuales (\$)
CURSOS REGULARES	95	1069	101.521
CURSOS DE VERANO	32	170	5.493
<b>SUBTOTAL</b>	<b>127</b>		<b>107.014</b>
SERVICIO	Horas de servicio al año (Q)	Precio por hora (\$)	Ventas Anuales (\$)
CURSOS POR HORAS	593	17	10.075
LOCAL DE ENSAYO	6693	8	53.543
ESTUDIO DE GRABACIÓN	3632	11	39.954
ASESORÍA MUSICAL	519	11	5.708
<b>SUBTOTAL</b>	<b>11.437</b>		<b>109.280</b>
<b>TOTAL VENTAS</b>			<b>216.294</b>
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>			<b>216.294</b>
<b>UTILIDAD</b>			<b>-</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

## CUADRO No. 102

AÑO 5

<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>Monto</b>
<i>Administrativos</i>	
Suministros de oficina	2.084
Seguros	3.000
Sueldos Personal	79.180
Beneficios Sociales	17.571
<i>Operativos</i>	
Mantenimiento operaciones	2.778
Sueldos Personal	81.264
Beneficios sociales	18.674
Internet	695
Mantenimiento sitio Web	416
Servicios básicos	21.943
Publicidad	11.946
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>239.549</b>

<b>SERVICIO</b>	<b>Número alumnos al año (Q)</b>	<b>Precio anual (\$)</b>	<b>Ventas Anuales (\$)</b>	<b>% Total Ventas</b>	<b>Distribución CF por servicio</b>
CURSOS REGULARES	155	1.188	184.132	47%	112.926
CURSOS DE VERANO	52	189	9.828	3%	6.027
<b>SUBTOTAL</b>	<b>207</b>		<b>193.960</b>	<b>50%</b>	<b>118.953</b>
<b>SERVICIO</b>	<b>Horas de servicio al año (Q)</b>	<b>Precio por hora (\$)</b>	<b>Ventas Anuales (\$)</b>	<b>% Total Ventas</b>	<b>Distribución CF por servicio</b>
CURSOS POR HORAS	967	19	18.373	5%	11.268
LOCAL DE ENSAYO	11.160	9	100.440	26%	61.599
ESTUDIO DE GRABACIÓN	5.675	12	68.097	17%	41.763
ASESORÍA MUSICAL	811	12	9.728	2%	5.966
<b>SUBTOTAL</b>	<b>18.612</b>		<b>196.638</b>	<b>50%</b>	<b>120.596</b>
<b>TOTAL</b>			<b>390.598</b>	<b>100%</b>	<b>239.549</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES =

COSTOS FIJOS TOTALES / (PVP-CV)

COSTOS FIJOS TOTALES / MARGEN PROMEDIO

Punto Equilibrio =	0,61
--------------------	------

SERVICIO	Número alumnos al año (Q)	Precio anual (\$)	Ventas Anuales (\$)
CURSOS REGULARES	95	1188	112.926
CURSOS DE VERANO	32	189	6.027
<b>SUBTOTAL</b>	<b>127</b>		<b>118.953</b>
SERVICIO	Horas de servicio al año (Q)	Precio por hora (\$)	Ventas Anuales (\$)
CURSOS POR HORAS	593	19	11.268
LOCAL DE ENSAYO	6844	9	61.599
ESTUDIO DE GRABACIÓN	3480	12	41.763
ASESORÍA MUSICAL	497	12	5.966
<b>SUBTOTAL</b>	<b>11.415</b>		<b>120.596</b>
<b>TOTAL VENTAS</b>			<b>239.549</b>
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>			<b>239.549</b>
<b>UTILIDAD</b>			<b>-</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

#### **6.4.2 FLUJO DE FONDOS**

El flujo de fondos se lo presenta con la finalidad de obtener los flujos al término de cada período y con esto realizar un mejor análisis de la situación de la empresa; pues a partir de este flujo conjuntamente con una Tasa de Descuento, se obtiene el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y el Período de Recuperación de la Inversión. Para esto se parte de la Utilidad Neta de cada período, se suman todos aquellos gastos que no generan desembolso de fondos (depreciación) y se resta los pagos de la capitalización del préstamo.

Únicamente en el primer año el flujo neto total es negativo. A partir del segundo año todos los flujos son positivos debido a que las ventas de la academia comienzan a subir, lo que genera que las utilidades aumenten.

**CUADRO No. 103**

CONCEPTO	INV. INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>UTILIDAD NETA</b>	-	<b>7.959,86</b>	<b>32.957,44</b>	<b>60.403,35</b>	<b>64.753,95</b>	<b>91.177,85</b>
<i>Depreciación/Amortización</i>		<b>18.007,23</b>	<b>16.653,17</b>	<b>16.653,17</b>	<b>15.086,50</b>	<b>15.086,50</b>
Inversión en Activos Fijos	- 359.165,00					313.600,00
Inversión en Gastos Diferidos	- 1.354,06					-
Inversión en Capital de Trabajo	- 15.000,00					15.000,00
PRESTAMO	225.000,00	- 37.046,08	- 40.654,18	- 44.613,70	- 48.958,85	- 53.727,19
<b>FLUJO NETO TOTAL</b>	<b>- 150.519,06</b>	<b>- 11.079,00</b>	<b>8.956,43</b>	<b>32.442,82</b>	<b>30.881,60</b>	<b>381.137,16</b>
Flujos descontados	<b>- 150.519,06</b>	<b>- 8.991,60</b>	<b>5.899,41</b>	<b>17.343,19</b>	<b>13.398,22</b>	<b>134.203,93</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

La valoración de los flujos de fondos se refiere al valor actual que esos flujos poseen. Para este cálculo se utiliza la tasa de descuento, la misma que se ha calculado mediante el modelo CAPM, en donde el cálculo de la tasa se lo realiza utilizando la siguiente fórmula:

$$r_i = r_f + \beta_i(r_M - r_f) + r_p$$

Dónde:

$r_i$ : Tasa de descuento

$r_f$ : Tasa libre de riesgo

$\beta_i$ : Beta del Sector

$r_M$ : Premio de mercado

$r_p$ : Riesgo país

La tasa libre de riesgo se la obtiene de la tasa nominal anual de los Bonos del Tesoro de los Estados Unidos, a 10 años, la cual se ha calculado en base al promedio de rendimiento mensual desde noviembre de 2007 hasta noviembre de 2012.<sup>89</sup> El promedio obtenido es de 3,08% durante este periodo.

---

<sup>89</sup> [<http://finance.yahoo.com/q/hp?s=%5ETNX&a=10&b=2&c=2007&d=10&e=19&f=2012&g=m>]

**CUADRO No. 104**

Periodo	Rendimiento Promedio RF
Nov- Dic 2007	4,00%
Ene- Dic 2008	3,60%
Ene- Dic 2009	3,28%
Ene- Dic 2010	3,13%
Ene- Dic 2011	2,73%
Ene- Nov 2012	1,74%
Promedio Total	3,08%

**FUENTE:** <https://finance.yahoo.com>

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

La Beta del Sector se obtiene en base a un análisis específico de cada sector de la economía. Para el caso de la academia, debido a que no existe un análisis para la industria de la música específicamente, se ha tomado la referencia del sector de entretenimiento. Se ha tomado como referencia la tasa de los últimos 5 años (desde 2008 hasta 2012), para tener una proyección más acertada acerca del comportamiento de esta tasa. Los datos obtenidos en Damodaran, se especifican en el siguiente cuadro, en el cual también se muestra que el promedio de este periodo ha sido de: 1,50.<sup>90</sup>

**CUADRO No. 105**

Año	Beta Sector Entretenimiento
2008	1,63
2009	1,73
2010	1,81
2011	1,08
2012	1,24
Promedio	1,50

**FUENTE:** <http://people.stern.nyu.edu/adamodar/>

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

<sup>90</sup> [[http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/data.html#Archives](http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/data.html#Archives)]

El premio de mercado se refiere a la tasa de riesgo que el inversionista está dispuesto a asumir. La tasa que se ha tomado es del 8,03% y se la ha obtenido calculando el promedio del rendimiento del índice Standard & Poors de los años 2008 al 2011 y el rendimiento esperado a 5 años de este índice. En el siguiente cuadro se detalla el cálculo: <sup>91</sup><sup>92</sup>

#### CUADRO No. 106

Año	Rendimiento Índice S&P
2008	7,24%
2009	5,35%
2010	6,65%
2011	7,72%
2012	7,99%
Promedio	6,99%

**FUENTE:** <http://people.stern.nyu.edu/adamodar/>

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

El riesgo país es un índice que muestra el riesgo que existe de que un país caiga en “default” o el no pago de sus obligaciones adquiridas (deudas y bonos emitidos). La tasa para esta investigación se ha calculado de acuerdo a las mediciones mensuales del Banco Central del Ecuador disponibles desde Septiembre a Noviembre de 2012, y el promedio de 2011. <sup>93</sup> No se han tomado en cuenta los promedios de años pasados debido a que presentaban índices mayores al 20%. A continuación se detalla el cálculo de la tasa de riesgo país:

<sup>91</sup> [[http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/implpr.html](http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/datafile/implpr.html)]

<sup>92</sup> [[https://www.portfoliopersonal.com/acciones/cotizaciones\\_indices.asp](https://www.portfoliopersonal.com/acciones/cotizaciones_indices.asp)]

<sup>93</sup> [[www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)]

**CUADRO No. 107**

Año	Riesgo País
2011	12%
2012	8%
Promedio	10%

**FUENTE:** www.bce.fin.ec

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

De tal manera que la tasa de descuento para el presente proyecto quedó compuesta por las tasas mencionadas, de la siguiente manera:

**CUADRO No. 108**

CONCEPTO	PORCENTAJE
Tasa Libre de Riesgo	3,08%
Beta de la Empresa	1,50
Premio del Mercado	6,99%
Riesgo País.	10%
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>23,21%</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

Es importante señalar que a pesar de que para el cálculo de la tasa de descuento se ha tomado en cuenta el riesgo país, eventualmente podría no tomársela en cuenta, debido a que existen registros que demuestran que la tasa de riesgo país de Ecuador se ha situado en niveles de 30% ó más, para lo cual de mantenerse el resto de índices y tasas, en el presente cálculo se presentaría un resultado de 43,95% de tasa de descuento. Este valor obtenido si bien teóricamente se encontraría correcto, en la práctica se tornaría absurdo.

### i. Valor Actual Neto

El valor actual muestra, como su nombre lo indica, la suma de los valores actuales que tienen cada uno de los flujos de fondos de los 5 años proyectados, restados el valor inicial de la inversión. La fórmula es la siguiente:

$$VAN = -I + \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+r)^t}$$

Dónde:

VAN: Valor Actual Neto

I: Inversión inicial

$V_t$ : Flujo de caja en cada periodo t

r: Tasa de descuento

t: Periodo considerado

n: Número de periodos considerados

Una vez calculados los flujos de fondos y realizado el cálculo del VAN, se obtuvieron los siguientes resultados:

**CUADRO No. 109**

CONCEPTO	INV. INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujos descontados	- 150.519,06	- 8.991,60	5.899,41	17.343,19	13.398,22	134.203,93

<b>VA Flujos de Fondos</b>	<b>161.853,14</b>
<b>VAN</b>	<b>11.334,08</b>

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

El valor obtenido de \$11.334,08 muestra que existe un valor de ganancia del proyecto, luego de haber repuesto la inversión inicial y de que las ganancias de cada año se hayan traído a valor presente.

**ii. Tasa Interna de Retorno**

La tasa interna de retorno representa a la tasa con la cual el VAN se sería de \$0.00. Esta tasa representa la rentabilidad que tiene el proyecto en términos porcentuales. La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{V_t}{(1+r)^t}$$

Dónde:

TIR: Tasa Interna de Retorno

$V_t$ : Flujo de caja en cada periodo t

r: Tasa de descuento

t: Periodo considerado

n: Número de periodos considerados

**CUADRO No. 110**

<b>TIR</b>	<b>25,09%</b>
------------	---------------

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

De acuerdo a los resultados obtenidos la TIR para el proyecto es de 25,09%, lo cual quiere decir que si el flujo de fondos de la academia sería descontado a esta tasa, no se obtendrían ni pérdidas, ni ganancias del proyecto, únicamente se recuperaría la inversión.

iii. **Costo/Beneficio**

Esta relación se obtiene dividiendo el valor actual del flujo de fondos y la inversión inicial, y representa el valor que se obtendrá por cada dólar ganado. El resultado de esta relación es de 1,08.

De acuerdo a la relación obtenida el beneficio por cada dólar invertido, después de 5 años será de \$1,08.

iv. **Período de Recuperación de la Inversión**

Para el cálculo del periodo de recuperación de la inversión se ha partido de la inversión inicial del proyecto y se ha ido sumando o restando, según corresponda, el flujo de fondos a lo largo de los 5 años de proyección. El cálculo se presenta en el siguiente cuadro:

**CUADRO No. 111****PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

<b>AÑO</b>	<b>SALDO INICIAL</b>	<b>FLUJO DE FONDOS</b>	<b>SALDO FINAL</b>
1	\$ 150.519,06	-\$ 11.079,00	\$ 161.598,06
2	\$ 161.598,06	\$ 8.956,43	\$ 152.641,63
3	\$ 152.641,63	\$ 32.442,82	\$ 120.198,81
4	\$ 120.198,81	\$ 30.881,60	\$ 89.317,21
5	\$ 89.317,21	\$ 381.137,16	\$ 0,00

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

La inversión se recuperará transcurridos 4 años. Para calcular el número de días, se dividen los 365 días del año para el flujo de fondos obtenidos durante el transcurso del quinto año, y ese factor obtenido se multiplica por el saldo inicial (de la inversión inicial). El resultado fue 86 días, lo que significa que después de 4 años y 86 días se matemáticamente se recuperará la inversión.

### **6.4.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

En este análisis se puede observar y comparar los distintos resultados que se obtienen tanto con el valor actual neto, como con el valor actual con distintas tasas de descuento. Entre éstas, en el siguiente cuadro se podrán observar la tasa de descuento (23,31%), con la que el proyecto obtiene una ganancia actual neta de \$11.334,08. Así mismo como se mencionó en el punto concerniente a la Tasa Interna de Retorno, ésta hace que el el VAN sea cero, lo que significa que luego de haber realizado el proyecto se recupera la inversión, pero no se obtiene ganancia.

**CUADRO No. 112**

<b>TASA DE DESCUENTO VS VA Y VAN</b>		
<b>TASA</b>	<b>VA</b>	<b>VAN</b>
18,00%	199.316,04	48.796,98
19,00%	191.381,69	40.862,63
20,00%	183.825,25	33.306,19
21,00%	176.625,66	26.106,60
22,00%	169.763,22	19.244,16
23,00%	163.219,45	12.700,39
23,21%	161.853,14	11.334,08
24,00%	156.977,05	6.457,99
25,00%	151.019,77	500,71
25,09%	150.519,06	0,00
26,00%	145.332,37	- 5.186,69
27,00%	139.900,55	- 10.618,51
29,00%	129.750,65	- 20.768,41
30,00%	125.008,05	- 25.511,01
32,00%	116.131,64	- 34.387,42

**FUENTE:** Investigación realizada

**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

En el siguiente análisis se muestra la evaluación de la sensibilidad del Valor Actual Neto frente a las variaciones tanto del volumen de ventas, como del nivel de gastos. La variación del nivel de ventas es tanto positiva, como negativa, mientras que el análisis de variación de gastos se lo hace únicamente en el escenario de que estos aumenten.

Como se puede apreciar, el peor escenario se produce al disminuir las ventas en un 10% y los gastos aumentan en un 10%. De esta manera el VAN disminuye hasta - \$83.677, 12.

En el escenario más optimista, si las ventas aumentaran 10% y los gastos se mantuvieran en el mismo nivel, el VAN llegaría a \$64.711,85.

**CUADRO No. 113**

		Variación en el nivel de ventas						
		10%	5%	2%	0%	-2%	-5%	-10%
Var. gastos	0%	64.711,85	38.022,96	14.518,21	11.334,08	658,53	-	- 42.043,69
	2%	56.367,15	29.681,53	13.670,16	2.995,91	7.678,34	-	- 50.375,34
	5%	43.854,76	17.174,03	1.165,59	9.506,70	20.178,99	-	- 62.868,16
	10%	23.013,18	3.659,40	19.662,94	30.331,97	41.001,00	-	- 83.677,12

**FUENTE:** Investigación realizada  
**ELABORACIÓN:** Israel Domínguez

## 7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- Actualmente la situación económica del país es relativamente buena, sin embargo elementos políticos, fiscales y judiciales hacen que el entorno emprendedor no sea el más alentador, sobre todo debido al continuo cambio que existe en estos dos últimos ámbitos. A pesar de esto “Rockin’ Quito” representa una oportunidad de negocio interesante y prometedor debido al segmento del mercado al que se enfoca.
- La escena roquera de la ciudad de Quito ha ido en aumento, y el apoyo por parte tanto del Gobierno Central, como de la Municipalidad, en forma de auspicios y de entrega de espacios para el desarrollo de eventos, representan una oportunidad para el crecimiento del mercado musical roquero de la ciudad, y a largo plazo del país.
- Los servicios con mayor proyección de ventas son los cursos regulares de música, la utilización del local de ensayo y el uso del estudio de grabación. Esto demuestra que gran parte de la población que gusta del Rock, estaría dispuesta a hacer uso de estos servicios.

- En el largo plazo las instalaciones de la academia no serán suficientes sino se construye otro piso para poder satisfacer el crecimiento de estudiantes que acuden a la misma. Financieramente esta construcción no presenta un problema debido a que luego de los 5 años se recupera el total de inversión en el mismo.
- La promoción y publicidad de “Rockin’ Quito” se centrarán en espacios y medios de comunicación masiva, que estén dirigidos al grupo de interés de la academia (gente que gusta del Rock y que reside en Quito). Los medios a través de los cuales se llegará a los potenciales clientes serán: radio, televisión, prensa escrita y redes sociales.
- El análisis financiero, de implementación y desarrollo de una “UNA ACADEMIA DE PRODUCCIÓN Y ENSEÑANZA MUSICAL DE ROCK EN QUITO” es factible y rentable como los datos y proyecciones lo demuestran. Es necesaria la inversión de capital propio para mantener a la deuda dentro de parámetros manejables. Los índices de rentabilidad se muestran atractivos para los inversionistas.
- Las actividades y servicios ofertados son sostenibles en el tiempo de acuerdo a lo que demuestra la experiencia del mercado quiteño: cultura de Rock por más de 50 años, aumento sostenido de artistas de importancia en la escena musical y aumento en la asistencia a eventos de música Rock.
- Existe un solo competidor directo en la formación de músicos en el género específico del Rock. Sin embargo muchos de los clientes potenciales podrían ser

captados también por la competencia indirecta que presenta formación en el arte y profesión musical

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda mantener el proyecto por un tiempo mayor a cinco años pues las proyecciones generadas demuestran buenos resultados y que pueden ser mantenidos por un período mayor. Para esto mayor capacidad en la infraestructura de la academia deberán ser instalada.
- Se debe tener en cuenta que las ganancias generadas por los servicios educativos deberán ser reinvertidas en la academia, de acuerdo a lo estipulado en la ley ecuatoriana.
- En caso de contemplar la creación de otra academia en otra ciudad de Ecuador, se recomienda se analice y estudie la escena roquera de la ciudad de Cuenca. Muchas bandas ecuatorianas importantes se han formado en esta ciudad, y existe un número significativo de personas con el gusto por el Rock.
- De continuarse con las actividades de “Rockin’ Quito”, analizar la posibilidad de la creación de un teatro para presentaciones especiales de grupos de Rock nacionales e internacionales. Esto sería al largo plazo, a más de 10 años de labor de la academia.

- Si bien la publicidad debe ser un mensaje de la academia hacia los potenciales clientes (gente que gusta del Rock en Quito), se debe considerar los beneficios la posibilidad de vender la idea del Rock en Quito como una alternativa a los momentos de ocio de muchos jóvenes y adolescentes.
- Buscar alianzas con instituciones de eventos internacionales, tales como: Rock in Rio, Viña Rock, Rock al Parque, entre otros, para proyectar a los estudiantes de “Rockin’ Quito” hacia la escena musical internacional.

## **BIBLIOGRAFÍA**

1. AYALA ROMÁN, Pablo, El mundo del rock en Quito. Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo de Pichincha, Primera Edición, Ecuador, 2008.
2. BALANKO – DICKSON Grez, Cómo preparar un Plan de Negocios exitoso, McGraw-Hill, Primera edición, México, 2007.
3. Corporación de estudios y publicaciones, Ley de régimen tributario interno, Quito-Ecuador 2009.
4. FISHER, Laura, Mercadotecnia, Mc Graw Hill, ter cera edición, México 2006.
5. FRIEND Graham y SEHLE Stefan, Cómo diseñar un Plan de Negocios, Empresa Editora El Comercio, Primera Edición en español, Perú, 2008.
6. LIND, Douglas, Estadística para administración y economía, Alfaomega, onceava edición.
7. MEZA O. Jhonny, Evaluación financiera de proyectos, Gráficas del Comercio, Segunda edición, Colombia, 2005.
8. MIRANDA M. Juan José, Gestión de proyectos: identificación – formulación – evaluación financiera, económica, social y ambiental, MM Editores, Cuarta edición, Colombia, 2003.
9. VELASCO Félix, Aprender a elaborar un plan de negocios, Ediciones Paidós Ibérica S.A., España, 2007.
10. WESTERFIELD Jordan Ross, Fundamentos de finanzas corporativas, Mc Graw Hill, séptima edición, México 2006.

11. ZALAMEA L. Eduardo, Viabilidad técnica y comercial, Certificado Internacional de Formulación, Evaluación y Gestión de Proyectos de la Escuela Politécnica Nacional, Ecuador, 2001.
12. [<http://www.conamusi.edu.ec/>]
13. [<http://www.mozarte.net/>]
14. [<http://www.escueladerockquito.com/>]
15. [<http://www.academiavivaldi.com>]
16. [[http://www.usfq.edu.ec/programas\\_academicos/colegios/imc/Paginas/default.aspx](http://www.usfq.edu.ec/programas_academicos/colegios/imc/Paginas/default.aspx)]
17. [<https://www.bce.fin.ec>]
18. [<http://www.elmercurio.com.ec/349040-pocos-estudiantes-en-enes-de-conservatorio.html>]
19. [[https://www.portfoliopersonal.com/Tasa\\_Interes/hTB\\_TIR.asp](https://www.portfoliopersonal.com/Tasa_Interes/hTB_TIR.asp)]
20. [<http://eleconomista.com.mx/industria-global/2010/06/15/preven-crecimiento-5-industria-entretenimiento>]
21. [<http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro042012.pdf>]
22. [[www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)]
23. [[http://es.wikipedia.org/wiki/Sectores\\_de\\_producci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Sectores_de_producci%C3%B3n)]
24. [<http://www.edufuturo.com/educacion.php?c=786>]
25. [[http://janeth\\_haro.tripod.com/lamusica.htm](http://janeth_haro.tripod.com/lamusica.htm)]
26. [<http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/2064/3/TFLACSO-JPOG2009.pdf>]
27. [<http://www.eluniverso.com/2011/12/23/1/1356/encuesta-inec-sobre-clase-media-genera-dudas.html>]
28. [[http://es.wikipedia.org/wiki/Quito\\_Fest](http://es.wikipedia.org/wiki/Quito_Fest)]

29. [<http://quitofest.com>]
30. [<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/finaliza-la-semana-del-rock-148785.html>]
31. [<http://www.alsurdelcielo.net/>]
32. [<http://www.quitu.net/>]
33. [<http://rockminawi.blogspot.com/>]
34. [[http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_de\\_la\\_m%C3%BAsica](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_m%C3%BAsica)]
35. [[http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_de\\_la\\_m%C3%BAsica](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_m%C3%BAsica)]
36. [<http://www.juntadeandalucia.es/averroes/iesmateoaleman/musica/elgeneromusical.html>]
37. [<http://www.rollingstone.com/music/lists/100-greatest-artists-of-all-time-19691231/the-rolling-stones-19691231>]
38. [<http://ecuadormetal.blogspot.com/2008/12/historia-del-rock-ecuatoriano.html>]
39. [<http://www.uscollegeranking.org/music/top-music-schools-ranking-in-2010.html>]
40. [<http://www.esm.rochester.edu/admissions/grad/tuition/>]
41. [<http://www.berklee.edu/tuition/>]
42. [<http://www.ram.ac.uk/undergraduate-tuition-fees>]
43. [<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/academias-de-musica-en-auge-417449.html>]
44. [[http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_del\\_registro\\_del\\_sonido](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_registro_del_sonido)]
45. [<http://www.semifusa.ec/index.php/estudio-de-grabacion>]
46. [<http://estudiodegrabacion.weebly.com/index.html>]
47. [<http://www.tocadas.com/estudios.html>]
48. [<http://www.eluniverso.com/2011/12/23/1/1356/encuesta-inec-sobre-clase-media-genera-dudas.html>]

49. [<http://www.eluniverso.com/2011/12/23/1/1356/encuesta-inec-sobre-clase-media-genera-dudas.html>]
50. [<http://geoinfo.quito.gob.ec/index.php>]
51. [[http://es.wikipedia.org/wiki/Estadio\\_Ol%C3%ADmpico\\_Atahualpa#cite\\_note-81](http://es.wikipedia.org/wiki/Estadio_Ol%C3%ADmpico_Atahualpa#cite_note-81)]
52. [[http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-cultura-ecuador/cultura-ecuador/ir\\_a/analisis/article//aerosmith-inmortalizo-su-musica-en-quito.html](http://www.ciudadaniainformada.com/noticias-cultura-ecuador/cultura-ecuador/ir_a/analisis/article//aerosmith-inmortalizo-su-musica-en-quito.html)]
53. [[http://es.wikipedia.org/wiki/Estadio\\_Ol%C3%ADmpico\\_Atahualpa#cite\\_note-81](http://es.wikipedia.org/wiki/Estadio_Ol%C3%ADmpico_Atahualpa#cite_note-81)]
54. [[http://www.teleamazonas.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10832:el-qchulla-quitenoq-una-de-las-sorpresas-en-el-concierto-de-oszy-osbourne&catid=59:entretenimiento-farandula-nacional&Itemid=92](http://www.teleamazonas.com/index.php?option=com_content&view=article&id=10832:el-qchulla-quitenoq-una-de-las-sorpresas-en-el-concierto-de-oszy-osbourne&catid=59:entretenimiento-farandula-nacional&Itemid=92)]
55. [<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/iron-maiden-ofrece-concierto-en-quito-337901.html>]
56. [<http://www.eluniverso.com/2004/12/11/0001/259/CA082E1B75C84183B4DA04536F189929.html>]
57. [[http://es.wikipedia.org/wiki/Coliseo\\_General\\_Rumi%C3%B1ahui](http://es.wikipedia.org/wiki/Coliseo_General_Rumi%C3%B1ahui)]
58. [<http://personal.us.es/vmanzano/docencia/analisis/docs/nMuestra.pdf>]
59. [<http://www.guitarraonline.com.ar/tecnica.htm>]
60. [[http://es.wikipedia.org/wiki/Voz\\_\(m%C3%BAsica\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Voz_(m%C3%BAsica))]
61. [Fischer, Peter-Michael (1993). Die Stimme des Sängers. Wiesbaden: Metzler. 3-476-00882-7]
62. [[http://es.wikipedia.org/wiki/Bajo\\_el%C3%A9ctrico#T.C3.A9cnicas](http://es.wikipedia.org/wiki/Bajo_el%C3%A9ctrico#T.C3.A9cnicas)]
63. [<http://en.wikipedia.org/wiki/Drums#Playing>]
64. [[http://es.wikipedia.org/wiki/Piano\\_el%C3%A9ctrico](http://es.wikipedia.org/wiki/Piano_el%C3%A9ctrico)]
65. [<http://html.rincondelvago.com/ensenanza-de-piano.html>]
66. [<http://www.pianored.com/musica/2007/06/04/tecnica-piano-horowitz/>]

67. [[http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio\\_de\\_grabaci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_grabaci%C3%B3n)]
68. [<http://www.rockinrio.com/>]
69. [<http://rockminawi.blogspot.com/>]
70. [[http://www.consumosculturales.gov.ar/index.php?option=com\\_ccs&task=grupocultural&cid\[\]=3](http://www.consumosculturales.gov.ar/index.php?option=com_ccs&task=grupocultural&cid[]=3)]
71. [<http://204.93.168.132/~hot106fu/index.php/tarifas>]
72. [<http://tarifarionline.elcomercio.com/images/stories/impresos/pdfTarifas/ElComercio.pdf>]
73. [[http://www.alfadigital.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=54&Itemid=65](http://www.alfadigital.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=65)]
74. [[http://www.cnt.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=267:hos-thous&catid=37:prodinte?Itemid=29](http://www.cnt.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=267:hos-thous&catid=37:prodinte?Itemid=29)]
75. [<http://quito.olx.com.ec/2000-volantes-tamano-1-4-a4-impresas-tiro-y-retiro-full-color-70-iid-168142001>]
76. [<http://www.udla.edu.ec/programas/carreras-diurnas/escuela-de-musica/licenciatura-en-musica/carrera-musica.aspx>]
77. [<http://www.cae.org.ec/ordenanzas/Q7.pdf>]
78. [[http://www.ralaw.com.ec/mate\\_socie\\_conte\\_a.htm](http://www.ralaw.com.ec/mate_socie_conte_a.htm)]  
[[http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd\\_supercias/descargas/ss/instructivo\\_soc.pdf](http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf)]
79. [[http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=&vp\\_tip=5&vp\\_lang=1&vp\\_busr=tasa+activa+empresarial&x=0&y=0](http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=&vp_tip=5&vp_lang=1&vp_busr=tasa+activa+empresarial&x=0&y=0)]
80. [[http://es.wikipedia.org/wiki/Quito\\_Fest](http://es.wikipedia.org/wiki/Quito_Fest)]
81. [[http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/Betas.html](http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html)]

82. [[http://claudiomode.pbworks.com/w/page/16001613/CAPM%20\(Modelo%20de%20Valuaci%C3%B3n%20de%20Activos%20de%20Capital\)](http://claudiomode.pbworks.com/w/page/16001613/CAPM%20(Modelo%20de%20Valuaci%C3%B3n%20de%20Activos%20de%20Capital))]
83. [<http://finance.yahoo.com/q/hp?s=%5ETNX&a=10&b=2&c=2007&d=10&e=19&f=2012&g=m>]

# **ANEXOS**

## ENCUESTA

**Datos generales:**

**Edad:** \_\_\_\_\_ **Género: M:** \_\_\_\_ **F:** \_\_\_\_

**Nivel de ingresos:**

Menor a \$500	
De \$500 a \$750	
De \$750 a \$1.000	
De \$1.000 a \$2.000	
De \$2.000 en adelante	

1) ¿Le gusta la música Rock?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

2) ¿Siente interés por alguna/s de las siguientes bandas de Rock? Marque con una X.

Mana		The Beatles		Bon Jovi	
Metallica		Soda Stereo		Iron Maiden	
Red Hot Chili Peppers		Led Zeppelin		The Rolling Stones	
Nirvana		Queen		Héroes del Silencio	
Elvis Presley		Korn		Rata Blanca	

3) ¿Cuál o cuáles de estos instrumentos musicales práctica o le gustaría practicar?

Guitarra	
Bajo	
Batería	
Canto	
Piano/ sintetizador	
Ninguno	

4) ¿Señale con qué frecuencia toca instrumentos musicales?

Más de una vez por semana	
Una vez por semana	
Dos veces por mes	
Una vez por mes	
Otra	
Nunca	

5) ¿Qué día prefiere tocar su instrumento musical favorito?

Lunes	
Martes	
Miércoles	
Jueves	
Viernes	
Sábado	
Domingo	

6) ¿Dónde toca?

Cuarto de ensayo propio	
Cuarto de ensayo de un amigo	
Cuarto de ensayo alquilado (por horas)	
Dormitorio	
Colegio/ Universidad	
Otro	Cuál _____

7) ¿Se encuentra estudiando en alguna academia musical?

Si \_\_\_ No \_\_\_

8) Siendo 5 Muy importante, y 1 Nada importante. Enumere los factores detallados que considera más importante al momento de decidir estudiar en una academia musical:

Instalaciones bien equipadas	
Profesores capacitados	
Atención al cliente	
Ubicación	
Oportunidades de profesionalización	

7) ¿Estaría dispuesto a ir a una academia de producción y enseñanza musical de Rock, ubicada en el sector de La Mariscal (Av. Patria y 6 de Diciembre)?

Si \_\_\_ No \_\_\_

8) Si existiera una academia musical de Rock con instalaciones e instrumentos de primera, ¿Con qué frecuencia tocaría su instrumento favorito?

Más de una vez por semana	
Una vez por semana	
Dos veces por mes	
Una vez por mes	
Otra	
Nunca	

9) ¿Le interesaría el servicio de grabación y masterización para sus producciones (canciones)?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

9) Si existiera una academia musical de Rock en La Mariscal, ¿qué día preferiría tocar su instrumento favorito?

Lunes	
Martes	
Miércoles	
Jueves	
Viernes	
Sábado	
Domingo	

11) ¿Se inscribiría usted a una academia musical de Rock para aprender o para mejorar su técnica de ejecución?

Aprender		Mejorar	
----------	--	---------	--

12) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un curso (con dos horas semanales de clases)?

De \$80 a \$100	
De \$100 a 120	
De \$120 a \$150	
De \$150 en adelante	

13) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una hora de estudio de grabación?

Entre \$5 y \$10	
Entre \$10 y \$15	
Más de \$15	
No pagaría	