

UNIVERSIDAD DR. JOSÉ MATÍAS DELGADO
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES
“FRANCISCO GAVIDIA”
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Trabajo de Tesis:

“Estudio de factibilidad para la creación de cuartos de ensayo para músicos de rock nacional. Elaboración de plan de mercadeo para comercializarlo”

Autores:

Alfaro Castillo, Roberto Ernesto

Larreynaga Callejas, Linsey Marleny

Antiguo Cuscatlán, Octubre de 2009.

ÍNDICE

Introducción.....	i
-------------------	---

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del problema.....	2
1.1 Determinación del Objeto de Estudio.....	2
1.2 Delimitación del Tema.....	2
1.2.1 Límite Teórico.....	2
1.2.2 Límite Temporal.....	3
1.2.3 Límite Espacial.....	3
1.2.4 Unidad de Observación.....	3
1.3 Contexto de la Investigación.....	4
1.4 Tema Delimitado.....	5
1.5 Pregunta Básica de Investigación.....	5
1.6 Tipo de Investigación.....	5

1.6.1 Por su finalidad.....	5
1.6.2 Por su objetivo.....	6
1.6.3 Por su amplitud.....	6
1.6.4 Por su carácter.....	6
1.6.5 Tipo de estudio resultante.....	7
1.6.6 Por su alcance.....	7
1.6.7 Por su entorno.....	7
1.7 Justificación e Importancia.....	7
1.8 Objetivos.....	9
1.8.1 Objetivo General.....	9
1.8.2 Objetivos Específicos.....	9
1.8.3 Objetivo General 2.....	9

CAPÍTULO II

2. Marco Referencial.....	10
2.1 Marco Teórico.....	10-19
2.2 Marco Histórico.....	20-27
2.3 Glosario Técnico.....	27-30

CAPÍTULO III

3. Hipótesis.....	31
3.1 Hipótesis General.....	31
3.2 Hipótesis Específicas.....	31
3.3 Operacionalización de Variables.....	32
3.4 Matriz de Congruencia.....	34

CAPÍTULO IV

4. Metodología.....	35
4.1 Población.....	35
4.2 Muestra.....	36
4.3 Instrumento para la Recolección de Datos.....	37
4.4 Procesos para la Recolección de Datos.....	38
4.5 Procesos para Análisis de Datos.....	38

CAPÍTULO V

5. Análisis e Interpretación de Datos.....	39
5.1 Vaciado de Datos.....	39-60

5.2 Interpretación de Datos..... 61-88

5.3 Cumplimiento de Objetivos..... 89-94

5.4 Comprobación de Hipótesis..... 94-96

CAPÍTULO VI

6. Conclusiones..... 97-99

CAPÍTULO VII

7. Plan de Solución..... 100-147

CAPÍTULO VIII

8. Recomendaciones..... 148-149

CAPÍTULO IX

9. Fuentes Consultadas..... 150-152

CAPÍTULO X

10. Anexos 153-161

INTRODUCCIÓN

Indiscutiblemente la cultura es parte importante de toda sociedad, pues a través de ésta se adquiere y mantiene una identidad. Es difícil dar una definición determinada de cultura, pues es un término que encierra diversos aspectos; sin embargo se puede afirmar que como esencia la cultura comprende toda la información y las habilidades que posee un ser humano. Tomando en cuenta esto, se puede señalar que el arte forma parte de la cultura, ya que se le llama arte a las creaciones mediante las cuales el ser humano expresa una visión sensible en torno al mundo que lo rodea. Existen diferentes tipos de arte, y la música es uno de éstos, brinda la oportunidad de dar a conocer sentimientos, pensamientos y emociones por medio de un instrumento, y son muchas las personas que se identifican con este arte, el cual se divide en diversos géneros que permiten al artista escoger. Uno de estos géneros es el Rock, que desde el siglo XX aproximadamente, forma parte de la música.

En el tiempo que se desarrolló el presente trabajo de graduación, el rock juvenil tenía participación en diferentes países donde se encontraban bandas ya formadas y otras que se estaban estructurando. En el caso de El Salvador, se consideró que existían músicos con habilidad y el deseo de perfeccionarse en ese arte; sin embargo, el país no contaba con lugares especiales destinados para crear y desarrollar música. En vista de esto y para efectos del presente trabajo de graduación, se decidió desarrollar el tema: "Estudio de factibilidad para la creación de cuartos de ensayo para músicos de rock nacional. Elaboración de plan de mercadeo para comercializarlo".

El tema se escogió con base en la percepción de la necesidad de apoyo que tienen los artistas nacionales y se consideró que la creación de un lugar destinado para que realizaran sus ensayos, podía representar una manera de impulsarlos. Para conocer la opinión de los músicos de rock nacional en relación al tema, se realizó una investigación que arrojó resultados importantes para determinar la factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1 DETERMINACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

En el presente trabajo se investigó la **“Factibilidad para la Creación de Cuartos de Ensayo para Músicos de Rock Nacional”**.

El objetivo primordial de este estudio fue realizar un proyecto que brindara apoyo a los artistas nacionales de rock, ofreciéndoles un espacio adecuado para su preparación musical. Este proyecto estuvo respaldado por CONCULTURA¹, pero antes de tomar la decisión de desarrollo, fue indispensable hacer un estudio de factibilidad, que permitió conocer qué tan viable resultaría echar andar el plan, tomando en cuenta las características básicas que debe de poseer dicho servicio; el precio que estarían dispuestos a pagar, ubicación adecuada y beneficios esperados.

1.2 DELIMITACIÓN DEL TEMA DE ESTUDIO

1.2.1 LÍMITE TEÓRICO

La parte teórica del presente estudio, tuvo como base un ESTUDIO DE FACTIBILIDAD², pues antes de tomar la decisión de desarrollar el proyecto de cuartos de ensayo fue necesario descubrir que tan viable resultaría. Fue importante señalar que un ESTUDIO DE FACTIBILIDAD realizado por cualquier empresa u organización, contaba con una estructura de acuerdo a sus objetivos, buscando siempre acertar en la toma de una decisión. Particularmente, el presente trabajo, consistió en un estudio de factibilidad similar a un estudio de

¹ Consejo Nacional para la Cultura y el Arte en El Salvador

² Ver Marco Teórico

mercado, que arrojó primordialmente la aceptación que tendría el proyecto por el grupo objetivo, junto a las características que se tomarían en cuenta para satisfacer sus necesidades. Vale aclarar que un estudio de factibilidad, debe determinarse por: la factibilidad técnica, la factibilidad operacional, y la factibilidad social del proyecto, pero en este caso en particular, estos puntos fueron desarrollados pero no a profundidad, ya que la factibilidad se determinó principalmente por la aceptación del plan por parte de la muestra.

Ahora bien, de acuerdo a los resultados obtenidos, se desarrolló un plan de mercadeo, el cual tuvo como objetivo la introducción y mantenimiento del nuevo servicio en el mercado.

1.2.2 LÍMITE TEMPORAL

La Investigación se desarrolló en un período aproximado de 14 meses, iniciando en Febrero de 2008 y finalizando en el mes de Mayo del año 2009.

1.2.3 LÍMITE ESPACIAL

La investigación se realizó en el municipio de San Salvador, pues en este municipio se encontraba la mayor concentración de bandas juveniles de rock, siendo así el lugar adecuado para realizar la investigación.

1.2.4 UNIDAD DE OBSERVACIÓN

Músicos pertenecientes a una banda de rock nacional de San Salvador. Para efectos de este estudio, la edad no fue considerada como un delimitador relevante en la unidad de observación, pues el servicio a ofrecer podía ser utilizado por personas de diferentes edades.

Se entendió por “músicos de rock nacional” a todos aquellos artistas que ejecutaban música bajo las siguientes categorías:

-Rock Pop

- Rock Latino
- Punk Rock
- Heavy Metal
- Power Metal
- Rock progresivo-experimental

Además debían pertenecer a bandas musicales cuyo público usual fueran jóvenes, realizando así sus presentaciones en lugares frecuentados por este grupo.

1.2.5 VARIABLE

Siendo el tema de investigación: “Estudio de Factibilidad para la Creación de Cuartos de Ensayo³ para Músicos de Rock Nacional. Elaboración de Plan de Mercadeo para Comercializarlo” la variable a trabajar fue **FACTIBILIDAD**, la cual se entendió como la posibilidad de éxito en la creación del nuevo servicio, en este caso cuartos de ensayo.

Para fines de esta investigación, no se realizó un estudio de factibilidad económica a fondo, por lo que no se busco determinar la rentabilidad del proyecto, sino que la aceptación que este podría tener, tomando en cuenta sus características.

1.3 CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

La Investigación se desarrolló en el municipio de San Salvador ya que se consideró que en ese sector estaba la mayor concentración de bandas de rock nacional que podrían estar interesadas en hacer uso de cuartos de ensayo. Fue importante señalar que en ese momento el país no disponía de los lugares especializados para realizar ese tipo de actividades musicales, siendo en ocasiones algunos estudios de radio tales como el estudio de radio de YSKL, Radio Femenina, Radio Francisco Gavídia, entre otras; o productoras de audio como Sónica, Fragile Studios, Estudios Ancalmo, entre otras, encontrándose todas

³ Cuartos aislantes de sonido utilizados por músicos para realizar ensayos

estas opciones fuera del alcance de la mayoría de artistas. En otros casos los artistas recurrían a la improvisación de cuartos anti sonidos que no brindaban las oportunidades necesarias para que el talento de esos jóvenes se desarrollara.

Cabe mencionar que en países de Sur América como Colombia, Argentina y Brasil existen instituciones que velan por la creación de ese tipo de instalaciones, considerando que esos proyectos contribuían al desarrollo cultural de la sociedad; es por ello que existen grupos de empresarios que invertían capital en ese tipo de actividades; en el caso de Europa, España era de los países que contaban con mayor auge en esos servicios⁴.

Para el proyecto que se planteó en el presente trabajo de graduación se contó con el apoyo de CONCULTURA, quienes se mostraron muy interesados en los resultados del estudio. Esto debido a que consideraron viable la implementación del proyecto, razón que los convirtió en clientes potenciales para la creación de un plan de mercadeo, que sin duda se mostraba indispensable en el caso de la comercialización del servicio.

1.4 TEMA DELIMITADO

Estudio de factibilidad para la creación de cuartos de ensayo para músicos de rock nacional .Elaboración de plan de mercadeo para comercializarlo.

1.5 PREGUNTA BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

¿Es factible la creación de cuartos de ensayo para músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador?

1.6 TIPO DE INVESTIGACIÓN

1.6.1 POR SU FINALIDAD

La presente investigación fue de tipo **APLICADA**, puesto que los resultados que

⁴ Información obtenida del sitio "<http://www.artsaia.com>"

se obtuvieron en el estudio, podrían ser utilizados por CONCULTURA para determinar la creación de cuartos de ensayo, según lo expresado por el grupo objetivo, quienes brindaron los parámetros para conocer la aceptación que tendría el nuevo servicio, así como las características o atributos que deberían ser tomadas en cuenta en relación a la infraestructura del lugar, valores agregados y mobiliario. La ubicación fue también un punto muy importante a tomar en cuenta aplicando aspectos como cercanía y seguridad.

1.6.2 POR SU OBJETIVO

La investigación fue de tipo **EXPLORATORIA**, ya que la variable estudiada no había sido abordada en ninguna investigación anterior en El Salvador. El estudio buscó explorar un grupo objetivo específico que podría estar interesado el uso de cuartos de ensayo, descubriendo así la aceptación del servicio junto a las características de precio, ubicación y beneficios esperados por parte de los posibles usuarios.

1.6.3 POR SU AMPLITUD

La investigación fue **MICRO-COMUNICACIONAL**, pues los resultados fueron obtenidos de una muestra representativa de la población; conformada por un grupo de artistas con características específicas que en conjunto representaron a la población en general.

1.6.4 POR SU CARÁCTER

Por su carácter la investigación fue de tipo **HÍBRIDA**, ya que como instrumento de recolección de datos se utilizó una entrevista dirigida que contuvo la estructura adecuada para la obtención de la información deseada, la cual pudo ser contabilizada de manera cuantitativa en algunas ocasiones y analizada de forma cualitativa.

La razón por la que se decidió realizar una investigación de tipo híbrida fue porque la naturaleza del estudio y las necesidades de información demandaban una búsqueda más personalizada que obtuviera impresiones y comentarios claves que dieran paso a resultados ricos en información; además, se consideró

necesario citar datos exactos que permitieran desarrollar un mejor análisis. Vale agregar que el tipo de población fue bastante reducido ya que el grupo de músicos de una región determinada no se comparó con el número de habitantes.

1.6.5 TIPO DE ESTUDIO RESULTANTE

ESTUDIO DE CASOS, porque abordó un asunto en específico.

1.6.4 POR SU ALCANCE

Por su alcance, la investigación se determinó **SINCRÓNICA**, pues se desarrolló en un tiempo determinado que permitió obtener información del público meta en relación a ese período específicamente.

1.6.5 POR SU ENTORNO

Por su entorno, la investigación se catalogó de **CAMPO**, pues se abordó a la muestra de manera directa por medio de entrevistas, con el fin de obtener la información de primera mano.

1.7 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La importancia de la investigación radicó en explotar el talento artístico en El Salvador, siendo la música una de las disciplinas que contaba con gran número de seguidores y personas que se dedicaban a desarrollarse en esa disciplina. En el momento que se desarrolló la investigación, El Salvador contaba con varias bandas juveniles, provenientes especialmente del género “rock”, integradas por jóvenes con talento, como ejemplo se podían mencionar bandas como El Ático, Adhesivo, Akumal, entre otras; la mayoría con posibilidades limitadas para progresar en la profesión musical, por tanto se consideró de suma importancia la creación de proyectos que ayudaran a impulsar a esos artistas salvadoreños.

Uno de los problemas más grandes que los artistas afrontaban en ese momento era la falta de espacios para poder practicar y crear su música, pues no existían lugares especializados para ese tipo de actividades. En la gran mayoría de los casos, los músicos improvisaban cuartos de ensayo en hogares particulares o alquilaban otros espacios como estudios de grabación. Independientemente del lugar que destinaban para ensayar, en ningún caso contaban con las herramientas adecuadas para explotar al máximo su talento. A partir de ello, se decidió realizar una investigación para descubrir bajo qué términos se debía crear un lugar especializado para ensayos musicales, contando con el respaldo de una institución del estado, específicamente, CONCULTURA; de manera que los resultados del estudio, podrían ser tomados en cuenta por esta institución para desarrollar el proyecto.

1.8 OBJETIVOS

1.8.1 OBJETIVO GENERAL (1)

Determinar la factibilidad de crear cuartos de ensayo para músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.

1.8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer el nivel de aceptación de los cuartos de ensayo entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.
- Identificar la importancia de las características de los cuartos de ensayo en la decisión de uso entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.
- Descubrir la influencia de la ubicación de cuartos de ensayo en relación a su uso, entre los músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.

1.8.3 OBJETIVO GENERAL (2)

- Desarrollar un plan de de mercadeo para comercializar cuartos de ensayo para músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 ROCK NACIONAL

Para cuestiones de la investigación se entendió por rock nacional, toda música que operaba bajo los subgéneros de Rock Pop, Rock Latino, Punk Rock, Heavy Metal, Power Metal y Rock Progresivo-Experimental; 100% original y creada en El Salvador⁵.

2.1.1.1 SUBGÉNEROS DEL ROCK NACIONAL

Rock latino, término impreciso pero muy utilizado para referirse a un género musical de alcance internacional, generado a partir de la fusión del rock con los ritmos latinoamericanos, caribeños y eventualmente españoles, y cantado en idiomas y dialectos locales (principalmente aunque no exclusivamente rock en español). Si bien sus antecedentes "nacionales" pueden encontrarse en muchos países desde fines de la década del 50, como movimiento internacional popular y relativamente compacto, recién comenzó a existir desde la segunda mitad de la década del 80, para estallar en la década del 90. El rock latino se ha desarrollado como movimiento autónomo internacional en gran medida vinculado también al éxito internacional del pop latino y al desarrollo de un amplio mercado cultural latino en Estados Unidos, de la mano de lo que ha se llamado la latinoamericanización de Estados Unidos, en la segunda mitad del siglo XX.

El **pop rock**, género musical que combinaba elementos del rock & roll con melodías suaves. Las canciones eran identificadas por ser de estructura simple, melodía atrapante y repetición del coro o estribillo y por usar como base instrumental la guitarra eléctrica y el teclado. Literalmente, la palabra pop rock

⁵ Ver anexos historia de rock nacional

mostraba la traducción abreviada del inglés "*Popular Rock*" (rock popular), que se evocaba a un público perteneciente al ámbito global. A menudo se utilizaba también la etiqueta pop rock para designar a la música rock moderna aunque era más factible la palabra soft rock (en cualquiera de sus subgéneros), pero que tendía a ser música de radiofórmula, (en inglés se suelen utilizar los términos "Radio Friendly" y "Mainstream Music"), comercializada en el mundo "popular". En el pop, a diferencia del soft rock, la instrumentación estaba en segundo plano, no había claramente *riffs* y, si habían guitarras y baterías, eran generalmente suaves.

El **punk rock** era un género musical dentro del rock que emergió a mediados de los años 1970. Se caracterizó en la industria musical por su actitud independiente y amateur. En sus inicios, el punk era una música muy simple y cruda, a veces descuidada: un tipo de rock sencillo, con melodías simples de duraciones cortas, sonidos de guitarras amplificadas poco controlados o ruidosos, pocos arreglos e instrumentos y por lo general, de compases y tempos rápidos. Las líneas de guitarra se caracterizaban por su sencillez y la crudeza del sonido amplificado, generalmente creando un ambiente sonoro ruidoso o agresivo heredado del garage rock. El bajo, por lo general, seguía solo la línea del acorde y no buscaba adornar con octavas ni arreglos la melodía. La batería por su parte llevaba un tempo acelerado, con ritmos sencillos de rock. Las voces variaban desde expresiones fuertes e incluso violentas o desgarradas, expresivas caricaturas cantadas que alteraban los parámetros convencionales de la acción del cantante, hasta formas más melódicas y elaboradas.

El **heavy metal** (literalmente en español *metal pesado*) fue un género musical evolucionado a partir del rock and roll y el hard rock y caracterizado por ritmos potentes logrados mediante la utilización de guitarras distorsionadas, baterías con doble bombo o doble pedal, y bajos pronunciados. El término heavy metal, debido a la progresión que había sufrido ese género desde su creación, se usaba para hacer referencia a dos conceptos distintos: heavy metal como género musical (también llamado *metal*) y heavy metal clásico como subgénero musical tradicional dentro de dicho género.

El **power metal** era un subgénero del heavy metal derivado del speed metal creado en Alemania. Como casi todos los subgéneros del heavy metal, el power metal era difícil de caracterizar. El power metal estaba dividido en varios subgéneros, pero se reconocía que hay dos grandes vertientes o variantes del mismo: la vertiente europea y la estadounidense.⁶

2.1.2 FACTIBILIDAD

La palabra factibilidad hacía referencia a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados⁷. En la presente investigación se entendió por factibilidad la posibilidad de éxito en la creación de un servicio, determinado por el nivel de aceptación entre el público objetivo.

2.1.2.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Un estudio de factibilidad sirve para recopilar datos sobre el desarrollo de un proyecto, con base en ello se procedió a tomar una decisión en relación a su desarrollo e implementación.

En el caso del presente trabajo, se realizó un estudio de factibilidad para obtener la información necesaria para tomar la decisión de crear cuartos de ensayo que serían de utilidad para músicos de rock nacional. De acuerdo a los datos que se obtuvieron, CONCULTURA podía tomar la decisión de desarrollar o no el proyecto. El presente estudio de factibilidad buscó contribuir a CONCULTURA, en su rol como institución impulsadora del arte salvadoreño, conociendo la viabilidad y aceptación que tendría la creación de cuartos de ensayo que contribuirán al desarrollo y apoyo de artistas de rock nacional.

⁶ Definiciones obtenidas de www.wikipedia.com

⁷ Definición obtenida de www.mitecnologico.com/Main/FactibilidadInvestigacion

Antes de realizar el estudio de factibilidad, fue necesario determinar:

2.1.2.2 Factibilidad Operativa

Dependía de los recursos humanos que podrían participar en el proyecto, estando conformada esta factibilidad, con el equipo de trabajo de la institución. En el caso del proyecto planteado, debió tomarse en cuenta que el proyecto se comenzaría de cero, siendo indispensable: Un arquitecto junto a su equipo de trabajo para echar a andar la obra; un Ingeniero de Audio, para la revisión conexiones adecuadas para el buen funcionamiento de los instrumentos. De ser posible el desarrollo del proyecto, se debería contar con recurso humano que se encargara del funcionamiento y mantenimiento del lugar, en este punto los entrevistados ubicaron músicos como parte del personal del lugar, sin que contaran con un título necesariamente; hablaron también de ingenieros de sonido y personal administrativo, como vendedores, administradores, conserjes, seguridad (el sexo y la edad fueron indiferentes).

2.1.2.3 Factibilidad Técnica de la Operación

Se refirió a los recursos que serían necesarios para efectuar las actividades que requeriría el proyecto, entre los cuales se pudieron mencionar: Infraestructura general debidamente construida(auxiliándose de elementos específicos como material aislante),instrumentos de calidad, equipo de calidad y debidamente conectado(amplificadores, consolas, stand de micrófonos, etc.), recurso humano con criterio musical.

2.1.2.4 Factibilidad Económica

Para determinar la factibilidad económica se hizo un estimado de los costos del proyecto, dividiendo los gastos que cubriría el estado y los gastos que serían solventados por los ingresos directos por uso del servicio.

2.1.2.5 Factibilidad Social.

Además del análisis económico o evaluación de la rentabilidad, en el caso de proyectos de tipo social y educativo, suele ser conveniente realizar también el denominado “balance social” para evaluar la relación medios-fines y su nivel de cumplimiento. En el caso del estudio de factibilidad para la creación de cuartos de ensayo fue necesario definir:

Los actores sociales. (Interesados)

Sin lugar a duda, los jóvenes artistas que pertenecían a una banda de rock nacional y que no tenían un lugar adecuado donde realizar sus ensayos serían los entes interesados en el proyecto. En este punto fue importante resaltar que la música como tal, era parte de la cultura, y esta última de la sociedad, por lo que el proyecto podría representar una gran ayuda para un segmento de la sociedad salvadoreña, en ese caso jóvenes músicos.

Exigencias sociales.

Toda sociedad posee exigencias, los artistas en general demandan continuamente apoyo por parte del resto de la sociedad; en este contexto, lo ideal es que el gobierno se muestre atento a las necesidades de este grupo de personas para facilitarles los recursos que permitan el desarrollo de su arte.

El presente estudio arrojó que los músicos de rock nacional demandaban un lugar accesible y adecuado para realizar sus ensayos, este dato representó una exigencia social, por lo que CONCULTURA podría brindar apoyo a este sector social, creando así un espacio ideal para el desarrollo y perfeccionamiento de la música rock salvadoreña.

Medición del grado de cumplimiento de las exigencias sociales. (Antes, durante y después de lanzado el proyecto).

Para determinar el planteamiento y características del proyecto, fue necesario realizar una investigación para conocer las exigencias del segmento que podría hacer uso del servicio, con los resultados de tal investigación, se crearon los parámetros para determinar el proyecto.

En caso de desarrollarse el proyecto, se presentaba necesario realizar continuas investigaciones para conocer la aceptación, comprobando así, si efectivamente se estaría cumpliendo con las exigencias sociales de un segmento importante y potencial de la cultura: los jóvenes músicos.

2.1.3 Descripción de la operación de creación de cuartos de ensayo

Principalmente, se buscó la creación de cuartos de ensayo adecuados, que cubrieran las necesidades primordiales de los artistas, permitiéndoles así comodidad y la total libertad para que realizaran sus ensayos de la mejor manera. El proyecto consistiría en la creación de un edificio de dos plantas, el cual contaría con 6 cuartos de ensayo totalmente acústicos, tres de ellos serían medianos con capacidad para 4 o 5 personas, y los tres restantes con una capacidad para 9 o 10 personas. En los dos tipos de tamaños, se podría escoger entre cuartos "Premium", los cuales contendrían batería, 2 amplificadores de guitarra, uno de bajo, uno de teclado, consola, 5 stands con micrófonos, 2 bocinas, monitores, percusiones, aire acondicionado, 9 bancos, una mesita para composición, alfombra, iluminación apropiada, adecuada instalación eléctrica, sillón cómodo; mientras que los cuartos "Estándar", estarían conformados por batería y amplificador de bajo, bancos (según número de integrantes), aire acondicionado, mesita para composición, iluminación apropiada, adecuada instalación eléctrica. Además de los cuartos de ensayo como tales, el lugar también contaría con servicios complementarios tales como: parqueo, lugar para comprar comida, tienda de accesorios y música, sala de espera y mediateca musical.

2.1.4 Estudio de Mercado

Fue uno de los conceptos más importantes que debió definirse en el presente estudio de factibilidad, pues a partir de este, se conoció la aceptación que tendría el proyecto por parte de los posibles usuarios que serían los jóvenes músicos pertenecientes a una banda de rock nacional.

Dicho estudio se diseñó para determinar:

2.1.4.1 Características del Servicio

Elementos necesarios, estructura, valor agregado y todo lo relacionado con el servicio como tal, obteniendo así información que permitió cubrir las necesidades de los futuros usuarios.

2.1.4.2 Ubicación

Fue de suma importancia, averiguar la zona geográfica promedio que resultó más factible para construir los cuartos de ensayo.

2.1.4.3 Precio

A pesar que el proyecto planteado se mostraba respaldado por CONCULTURA, y eso denotaba que el precio del servicio debía ser bajo, de igual manera se necesitó indagar sobre cuánto dinero estarías dispuestos a cancelar por el uso del servicio, teniendo en cuenta que cualquier ingreso podía contribuir al mantenimiento y buen funcionamiento del proyecto.

2.1.4.4 Promoción

Fue indispensable conocer los medios por los cuales el público objetivo recibía información de productos y servicios relacionada con su que hacer musical, pues

esto brindó la base, para la realización de un plan de mercadeo que se mostraría útil para promocionar el nuevo proyecto.⁸

2.1.5 PLAN DE MERCADEO

Un plan de mercadeo se mostraba como una herramienta esencial para todo negocio, la cual permitía explorar un mercado determinado para la oferta y mantenimiento de productos y servicios; en el marco del presente estudio, se consideró importante la implementación de un plan de mercadeo que diera a conocer el nuevo servicio, es decir, los cuartos de ensayo para jóvenes músicos salvadoreños. Esta herramienta tenía como objetivo primordial, entrar en el público objetivo, logrando la aceptación y consumo del nuevo servicio; valió resaltar que en este mismo contexto, cabía la posibilidad de realzar a CONCULTURA, brindándole mérito por el apoyo a artistas nacionales.

Fue importante señalar también, que el plan de mercadeo integró todas las herramientas de comunicaciones posibles y adecuadas, buscando siempre dar a conocer y lograr la aceptación del nuevo de servicio.

2.1.5.1 Estructura:

Objetivo del plan de mercadeo:

El objetivo debió buscar la introducción y aceptación del nuevo proyecto.

Estrategias:

Representaron la base para alcanzar el objetivo planteado anteriormente. Se definieron de acuerdo a los datos arrojados en la investigación, tomando en cuenta que debían ser estrategias concretas y efectivas.

⁸ Modelo de estudio de factibilidad obtenido de:
<http://www.monografias.com/trabajos42/proyecto-de-servicios/proyecto-de-servicios.shtml>

Herramientas de Comunicación:

Estas fueron definidas, según las características y datos brindados por el grupo objetivo. Las que se tomaron en cuenta fueron las siguientes:

Publicidad:

En esta herramienta y en las demás, debieron citarse objetivos claros. Para la herramienta de publicidad específicamente, se definió:

La estrategia creativa: Debió incluir todos los elementos creativos posibles, que llamaran la atención del público objetivo.

-Grupo objetivo:

Fue compuesto por los posibles usuarios de los cuartos de ensayo, en este punto se tomaron en cuenta aspectos tales como: Nombre, ingresos, nombre de la banda a la que pertenecían, participación en la banda, etc. También fue importante definir su estilo de vida y personalidades, pues seguramente por el hecho de haber sido un segmento muy relacionado con la música, específicamente rock, poseían características que debían ser tomadas en cuenta para la elaboración de mensajes.

-Posicionamiento:

Este aspecto fue también importante dentro del plan de mercadeo, pues fue el que le brindó la identidad al servicio ofrecido. El posicionamiento permitió desarrollar el lugar que el público objetivo dio en su mente al nuevo servicio, y la manera en que lo relacionó

-Mensajes:

Teniendo claro, todo lo citado anteriormente, se crearon los elementos que formaron el mensaje, el cual se apegó a la personalidad del grupo objetivo, de manera que los cuartos de ensayo representaron un servicio útil e interesante, digno de utilizarlo.

-Medios Publicitarios:

Los resultados de la investigación fueron útiles para determinar cuales eran los medios más viables para hacer llegar el mensaje del plan, estos fueron los medios por donde más se informen los músicos de rock nacional.

Relaciones Públicas:

Esta herramienta pudo ser de gran utilidad, pues en la mayoría de ocasiones ha tenido un gran impacto mas cuando se trata de un servicio nuevo; particularmente en esta investigación, resultó que las relaciones públicas eran bastante efectivas en el gremio musical.

-Estrategia:

Se desarrollaron estrategias según los objetivos planteados. Las tácticas también tuvieron un rol importante. Fue importante señalar además, que todas las ideas desarrolladas debieron ser atractivas a los músicos de rock nacional, acopladas a su realidad y a sus gustos.

Fuerza de Ventas

Tomando en cuenta, siempre los datos resultantes, se tuvo que evaluar si era necesario un equipo de venta encargado de promover los cuartos de ensayo, quienes estarían encargados de visitar las bandas nacionales para ofrecer el servicio e informar de sus beneficios.

En general, para implementar un buen plan de mercadeo, fue indispensable analizar detenidamente cada uno de los resultados de la investigación, para saber dónde y cuando utilizar las distintas herramientas de comunicación; en el caso de el presente estudio las características, inquietudes, y necesidades de los músicos de rock nacional, fueron los insumos básicos, no solo para el desarrollo del proyecto, sino también para la manera de comercializarlo⁹.

⁹ Modelo de Plan de Mercadeo obtenido de:
<http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Marketing/mercadeo.html>

2.2 MARCO HISTÓRICO

2.2.1 Historia del aislamiento acústico.

El estudio científico de los fenómenos acústicos en arquitectura fue relativamente reciente, y se remonta a mediados del siglo XIX.

Si bien con anterioridad se habían conseguido buenos resultados, éstos se debían principalmente a la aplicación de criterios prácticos en determinados tipos de construcciones públicas, como en el caso de los teatros griegos, catedrales y otros edificios dedicados mayoritariamente al culto religioso o a la oratoria política. La primera consideración objetiva en temas acústicos fue a cargo del norteamericano Joseph Henry en 1.856, cuando intentó encontrar alguna correlación entre los fenómenos observados en la realidad y los conocimientos en ciencias físicas de que disponía.

En 1895 la universidad de Harvard acabó el Museo del Arte Fogg. En esta obra singular se incluía un auditorio que se mostró prácticamente inutilizable. Ante la imposibilidad de sacar rendimiento de la inversión realizada, la universidad apeló a su equipo científico encargando al profesor Sabine el estudio del problema. La investigación se prolongó por más de dos años, durante los cuales se realizaron múltiples ensayos sobre auditorios existentes en todo el mundo que llevaban años funcionando satisfactoriamente.

Después de este tiempo de estudio se aclararon algunos principios relativos a los fenómenos de ruido aéreo y propagación de ondas sonoras que hasta el momento nunca habían sido tenidos en cuenta.

El profesor Sabine eliminó el exceso de reverberación colocando unos paneles absorbentes a base de fieltros de pelo animal en paredes y techos. A partir de entonces, diversas compañías norteamericanas empezaron a producir

materiales absorbentes mejorando continuamente la presencia y la efectividad de los mismos. Las principales características de estos materiales absorbentes eran su naturaleza fibrosa y su elevada porosidad.

El uso de absorbentes y otros tipos de materiales para la reducción de la transmisión del ruido a través de suelos, paredes y techos se conoció como insonorización.

La utilización de tratamientos acústicos con la finalidad de reducir el nivel de ruido se extendió progresivamente a restaurantes, oficinas, bancos, escuelas y hospitales, entre otros tipos de edificios.

Durante su crecimiento la industria acústica se han encontrado con diversos problemas como son la transmisión de ruido de pared a pared y la transmisión por vía sólida de ruidos y vibraciones. Para reducir las molestias provocadas por estos fenómenos se fueron desarrollando diferentes tipos de soluciones adecuadas para cada tipo de problema.

Así, para la lucha contra el sonido aéreo se utilizaron materiales aislantes densos y flexibles. Si el problema era la reverberación dentro de la habitación donde se produce el sonido, lo más adecuado fue utilizar materiales absorbentes porosos. Si se trataba de aislar una estancia contra vibraciones o contra los ruidos de impacto, los materiales elásticos y con buen comportamiento bajo carga fueron los que proporcionaron mejores resultados.

Las investigaciones continuaron en diversos campos así como la aparición de nuevos materiales contribuyó al rápido desarrollo de la industria acústica en los

últimos años, permitieron así aumentar el nivel de confort no sólo en lugares de uso público sino también en hogares.¹⁰

2.2.2 Reseña histórica de espacios de ensayo en El Salvador.

Según Juan Carlos Erquicia¹¹ en 1993 en El Salvador existió un lugar llamado “Megarock” situado atrás de la Gasolinera Esso del parque Cuscatlán de San Salvador, los músicos llegaban con sus instrumentos para realizar sus prácticas, la infraestructura se basaba solamente en una casa vacía y una tarima, el costo por ensayo era de 10 colones y funcionaba por orden de llegada.

En 1996 Megarock dejó de funcionar como lugar de ensayo, esto debido a que era demasiado pequeño para practicar e incomodo para las personas que residían a sus alrededores, ya que no contaba con un aislamiento adecuado para el sonido, convirtiéndose así en una tienda de música.

“También en el 2005 la radio KL prestaba sus instalaciones para ensayos y grabaciones, aunque únicamente las bandas escogidas como RCP¹², por lo que los músicos que quedábamos fuera no teníamos otra opción más que ensayar en casas o cuartos vacíos, trabajados con cartones de huevo y esponja en algunos casos” añadió Juan Carlos Erquicia. Expresó además que en ese momento no se contaba con un lugar propiamente para ensayar, en muchos de los casos los músicos continuaban ensayando en sus casas o debían alquilar estudios de grabación por las noches.

¹⁰ Información extraída de
: [http://www.acae.es/acae1/h/historia%20del%20aislamiento%20ac%FAstico%20\(dasf0201\)/historia%20del%20aislamiento%20ac%FAstico%20\(dasf0201\).html](http://www.acae.es/acae1/h/historia%20del%20aislamiento%20ac%FAstico%20(dasf0201)/historia%20del%20aislamiento%20ac%FAstico%20(dasf0201).html)

¹¹ Músico salvadoreño de gran trayectoria desde 1993, bajista de profesión de los grupos: Adhesivo, El Ático y Dalia Kohala

¹² Banda salvadoreña de Power Metal

Antes de este tiempo, en los años 80, según Rafael Alfaro¹³, En El Salvador los músicos que tenían la oportunidad de ensayar en un cuarto profesional eran aquellos que poseían acceso a los estudios de grabación, tal era el caso de agrupaciones como Bronco¹⁴ y posteriormente Ovni¹⁵, siendo uno de los estudios más utilizado el de la radio Súper Stereo y afirmó al igual que Juan Carlos Erquicia, que aun en ese momento se continuaban usando estudios de grabación para ensayo.

2.2.3 Reseña Histórica de Estudios de Grabación en El Salvador

De acuerdo información brindada por Rafael Alfaro, fue aproximadamente en los años 60 cuando se inició en El Salvador la creación de Estudios de Grabación¹⁶, entre los pioneros de la industria citó al señor Willy Maldonado, Tito Carias y a Don Paco Parada, quienes se dedicaron a producir bandas nacionales de la época.

Según Ángel Gutiérrez¹⁷, a finales de los años 60 en El Salvador surge DICESA, una de las disqueras más reconocidas a nivel centroamericano, afirmó que en un inicio la disquera no contó con su propio estudio de grabación y rentaba Estudios W¹⁸, debido a no existir en esos momentos otros lugares profesionales para grabación; a pesar de ello habían empresas de publicidad que prestaban servicios de grabación con los requisitos básicos, tal es el caso de una empresa que se llamaba “Nobel y Asociados”.

DICESA contaba con un departamento de promoción y publicidad, un departamento artístico donde se componían canciones y se realizaban los

¹³ Ingeniero de sonido, músico y propietario del estudio de Grabación FRAGILE.

¹⁴ Nació con el nombre de B´rock en la década de los 60’s y se convirtió en una de las bandas más antiguas y reconocidas de El Salvador.

¹⁵ Banda de música Pop Rock.

¹⁶ Espacio adecuado para grabación de piezas musicales.

¹⁷ Productor, arreglista y tecladista salvadoreño.

¹⁸ Estudio de Grabación creado en El Salvador por los años 60, propiedad de el Sr. Willy Maldonado.

respectivos arreglos; y poseía además un promotor que se encargaba de visitar las diferentes radios para el lanzamiento de discos.

Gutiérrez comentó que en esos tiempos, se grababa solamente a dos canales, y que todo lo que resultaba del estudio de grabación, pasaba al departamento de corte, en donde se cortaba el vinil para hacer las primeras muestras; posterior a esto, se pasaba al departamento de galvanización en donde se obtenía un negativo de acetato, el cual solía ser de color plata; funcionaba como molde y a partir de este, resultaban el resto de discos duplicados; todo lo resultante era posible gracias a prensas, galvanizadoras, personas que se encargaban de empaclar los discos.

Fue hasta 1971, cuando DICESA empezó a trabajar con su propio estudio de grabación; en esa época, a nivel centroamericano, no había otro estudio de grabación que contara con las características de este, ya que se trabajaba con 16 canales.

Al crear este estudio de grabación en DICESA, la infraestructura fue modificada totalmente, por ingenieros y arquitectos norteamericanos. Eran 7 techos acústicos en su totalidad, contaba con una cabina de grabación principal, y con alfombra en algunos sectores. “En los lugares alfombrados se grababa percusión, en una esquina aislada se grababa la batería, con el objetivo que el sonido de ésta no interfiriera en la grabación de los sonidos otros demás instrumentos” comentó Gutiérrez.¹⁹

¹⁹ En el caso de la propuesta de cuartos de ensayo del presente trabajo, Ángel Gutiérrez señaló que al incluir en el proyecto un estudio de grabación, según su criterio debería de contar como mínimo con un ingeniero de grabación que conociera del funcionamiento de la consola, técnicas de grabación, efectos, etc. y un director artístico. Además, consideró de gran utilidad que el estudio de grabación contara con instrumentos estacionarios como: Batería completa, complementos de percusión, bajo eléctrico, guitarras acústicas y eléctricas, teclados.

El estudio de grabación de DICESA contaba también con una consola, y monitores cuadrafónicos, cada monitor trabajaba con 600 w.

El lugar era considerado como uno de los mejores lugares de grabación en C.A, por lo que fue visitado por importantes grupos internacionales (como Abra Cadabra de Argentina), que acudían a DICESA por la buena calidad de grabación que ofrecía.

Por otro lado, según información brindada por Rafael Alfaro, en los últimos años la industria de estudios de grabación ha ido creciendo. Entre los años 80's y 90's surgieron nuevos estudios como Audio Z, Ingenio Creativo, Frágile, entre otros; los cuales incorporaron elementos vanguardistas al momento de producir. A excepción de Frágile, estos estudios aun eran bastante pequeños y no estaban seccionados para grabar los instrumentos de manera separada, a pesar de ello las bandas se adaptaban a este factor. "Cuando decidí crear mi productora tenía la idea de hacer estudios de grabación más grandes, para bandas, pensando en las bandas" comentó Rafael Alfaro.

Frágil fue la primera productora en grabar en formato digital.

2.2.3.1 Cuartos de ensayo en Colombia

Los músicos, independientemente el país de su residencia, mostraban la necesidad de realizar sus prácticas en lugares profesionales y adecuados especialmente para esta actividad, por lo que algunos empresarios se dedicaban a la creación de este tipo de instalaciones, tal es el caso de "4 Cuartos" en Bogotá Colombia, un lugar que desde el año 2001 brindaba sus servicios para diferentes bandas musicales.

Las instalaciones estaban compuestas por cuatro cuartos de ensayo, aislados acústicamente con materiales como espuma, tela y reforzados por puertas

selladas. Cada cuarto contaba con la capacidad para reunir una banda conformada por 9 integrantes, equipados por consola, bocinas, batería y amplificadores.

“4 Cuartos” era atendido por dos personas, quienes brindaban soporte tanto técnico, como de venta, ya que en el lugar existía un espacio destinado a la comercialización de discos y promocionales de bandas que visitaban las instalaciones, accesorios para instrumentos musicales (cuerdas, clavijeros, straps etc.), entre otras cosas. Además de estar enfocado en salas de ensayos, proveían servicios de “back line” y sonido, los cuales eran utilizados en conciertos de artistas nacionales y extranjeros, y en otros eventos que apoyaban causas sociales. En el año 2008 el lugar funcionaba además como un pequeño estudio de grabación.²⁰

Los servicios de 4 Cuartos se basan en lo siguiente:

- Grabación Profesional
- Grabación de Ensayos(utilizando 10 canales)
- Producción Musical
- Edición, mezcla y masterización
- Grabación a Domicilio
- Música original
- Música publicitaria
- Cuñas, jingles y locuciones
- Creación de pistas(Audio –MIDI)
- Restauración de audio
- Edición de partituras
- Transferencia de formatos y Backline completo.

El costo del servicio variaba dependiendo de la necesidad de cada una de las bandas que hacía uso del servicio, es decir el tipo de equipo que se

²⁰ Información extraída de <http://www.myspace.com/4cuartosgrabacion>

utilice al momento del ensayo, sin embargo, el alquiler por hora costaba \$20.00 aproximadamente y el horario de atención era de lunes a domingo de 10:00 AM a 10:00 PM.

2.3 GLOSARIO TÉCNICO

2.3.1 Glosario en Investigación

Aceptación: Situación en la que un producto o servicio ganaba una determinada cuota de participación, considerándose aceptado por el mercado.

Acústica: Estudio de la producción de sonido en los instrumentos musicales, y de los sistemas de afinación de la escala.

Aislamiento Acústico: Conjunto de materiales, técnicas y tecnologías desarrolladas para aislar o atenuar el nivel sonoro en un determinado espacio.

Aislar: Suponía impedir que un sonido penetrara en un medio, o que saliera de él; por ello, la función de los materiales aislantes, dependiendo de donde se encontraran, podían reflejar la mayor parte de la energía que recibían (en el exterior), o bien, por el contrario, absorberla.

Cuartos de ensayo: Conocidos también como salas de ensayo, eran habitaciones aislantes de sonido cuya finalidad era obstruir el paso de las ondas sonoras al exterior, siendo utilizados en su mayoría por músicos.

Estudio de Factibilidad: Estudio de recopilación de datos sobre el desarrollo de un proyecto, el cual funcionaba como base para proceder a tomar una decisión en relación a su desarrollo e implementación.

Factibilidad: Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. En el caso a la investigación presentada, se entendió factibilidad como “la posibilidad de éxito en la creación de un servicio, esto quiere decir obtener un nivel de aceptación alto entre un público objetivo determinado”.

Mediateca: Biblioteca auditiva y multimedia.

Monitores: Amplificadores que brindaban referencia a los músicos al momento de ejecutar sonidos musicales.

Onda sonora: Variación local de la densidad o presión de un medio continuo, que se transmitía de unas partes a otras del medio en forma de onda longitudinal periódica o casi periódica.

Plan de mercadeo: Herramienta gerencial que permitía las empresas visualizar el conjunto de oferentes y demandantes que se involucraban en el mercado.

Stand de Micrófonos: soportes que sirven como sostén para los micrófonos

Strap: Cinta que detiene un instrumento en los hombros del músico

Sonido: Fenómeno físico ondulatorio consistente en la propagación a través del aire de una serie de perturbaciones que ejercía sobre éste, cualquier objeto que vibra.

2.3.2 Glosario en plan de solución

Afichaje: Pega de carteles informativos y/o publicitarios.

Campaña: Conjunto de actos o esfuerzos de índole diversa que se aplican a conseguir un fin determinado.

Canal de distribución: circuito a través del cual los fabricantes o productores ponen a disposición de los consumidores o usuarios finales, los productos o servicios para que los adquieran.

Garantía: negocio jurídico mediante el cual se pretende dotar de una mayor seguridad al cumplimiento de una obligación o pago de una deuda.

Mailing: Envío masivo de correos vía internet.

Persuadir: inducir a alguien a que acepte determinada idea o tomen la decisión de utilizar algo.

Plaza: Lugar en el cual se expone a un mercado productos y servicios.

Posicionamiento: Lugar que en la percepción mental de un cliente o consumidor tiene una marca, lo que constituye la principal diferencia que existe entre esta y su competencia.

Servicio: conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente.

Promoción: Responde a comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas etc, para el logro de los objetivos organizacionales.

Reel de imágenes: sucesión de imágenes editadas.

Relaciones Públicas: Arte y ciencia de gestionar la comunicación entre una organización y público clave para construir, administrar y mantener su imagen positiva.

Slogan: frase memorable usada en un contexto comercial o político (en el caso de la propaganda) como expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario para englobar tal y representarlo en un dicho.

Valor agregado: valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso.

CAPÍTULO III

3. HIPÓTESIS

3.1 HIPÓTESIS GENERAL

- La creación de cuartos de ensayo es factible entre los músicos pertenecientes a una banda de rock nacional de San Salvador

3.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- 1) Los cuartos de ensayo poseen un nivel de aceptación alto entre músicos pertenecientes a una banda de rock nacional de San Salvador**

(Hipótesis Nula)

Los cuartos de ensayo no poseen un nivel de aceptación alta entre músicos pertenecientes a una banda de rock nacional de San Salvador.

- 2) La importancia de las características de los cuartos de ensayo es muy alta en la decisión de uso entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.**

(Hipótesis Nula)

La importancia de las características de los cuartos de ensayo no es muy alta en la decisión de uso entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.

3) La ubicación de los cuartos de ensayo influye positivamente en el uso de éstos entre músicos pertenecientes a una banda de rock nacional de San Salvador.

(Hipótesis Nula)

La ubicación de los cuartos de ensayo no influye positivamente en el uso de éstos entre músicos pertenecientes a una banda de rock nacional de San Salvador.

3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Hipótesis específica 1

Los cuartos de ensayo poseen un nivel de aceptación alto entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.

VI	VD
Servicio	Aceptación
Disponibilidad	Demanda
Beneficios	Preferencia
Accesibilidad	Frecuencia
Innovación	Impacto

Hipótesis específica 2

La importancia de las características de los cuartos de ensayo es muy alta en la decisión de uso entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.

VI	VD
Características/Atributos	Decisión
Infraestructura	Atractivo
Atención al cliente	Familiaridad
Valor agregado	Competitividad
Mobiliario y equipo	Incentivo

Hipótesis específica 3

La ubicación de los cuartos de ensayo influye positivamente en el uso de estos entre músicos pertenecientes a una banda de rock nacional de San Salvador.

VI	VD
Ubicación	Influencia Positiva
Accesibilidad	Comodidad
Seguridad	Confianza

3.4 MATRIZ DE CONGRUENCIA

“Estudio de factibilidad para la creación de cuartos de ensayo para músicos de rock nacional. Elaboración de plan de mercadeo para comercializarlo”

Objetivo General: Determinar la factibilidad de creación de cuartos de ensayo para músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador								
Pregunta General: ¿Es factible la creación de cuartos de ensayo para músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador?								
Variable	Definición Teórica	Definición Operacional	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Preguntas Específicas	Indicadores	Sub-indicadores	Preguntas
Factibilidad de creación de cuartos de ensayo para músicos de rock nacional.	Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. En la presente investigación se entenderá factibilidad como la posibilidad de éxito en la creación de un servicio, esto quiere decir obtener un nivel de aceptación alto entre un público objetivo determinado.	Por medio de la siguiente investigación se busca realizar un estudio de factibilidad para determinar el éxito que tendría la creación de cuartos de ensayo para músicos de rock nacional, midiendo este en base a la aceptación por parte del público meta. Las características básicas que deben poseer los cuartos de ensayo es decir infraestructura, mobiliaria etc. y su ubicación profundizando en la cercanía, seguridad y tamaño del local.	Conocer el nivel de aceptación de cuartos de ensayo entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador	Los cuartos de ensayo poseen un nivel de aceptación alto entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.	¿Cuál es el nivel de aceptación de cuartos de ensayo entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador	1.1 Servicio	Disponibilidad Beneficios Accesibilidad Innovación	11,13,14, 15 y 16
						1.2 Aceptación	Demanda Preferencia Frecuencia Impacto	
			Identificar la importancia de las características de los cuartos de ensayo en la decisión de uso entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador	La importancia de las características de los cuartos de ensayo es muy alta en la decisión de uso entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.	¿Cuál es la importancia de las características de los cuartos de ensayo en la decisión de uso entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador?	2.1 Características/ Atributos	Infraestructura Atención al cliente Valor agregado Mobiliario y equipo	1,2,3,4,5,6, 7,10 y 12.
			Descubrir la influencia de la ubicación de cuartos de ensayo en relación a su uso, entre los músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador	La ubicación de los cuartos de ensayo influye positivamente en el uso de estos entre músicos pertenecientes a una banda de rock nacional de San Salvador.	¿Cuál es la influencia de la ubicación de cuartos de ensayo en relación a su uso, entre los músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador?	2.2 Decisión	Atractivo Familiaridad Competitivo Incentivo	
						3.1 Ubicación	Seguridad Accesibilidad	8 y 9
						3.2 Influencia Positiva	Comodidad Confianza	

CAPÍTULO IV

4. METODOLOGÍA

4.1 POBLACIÓN

En la investigación la población estuvo conformada por 66 bandas musicales, dato proporcionado por personas encargadas de realizar el “Evento Subterránea²¹”, y por un sondeo realizado entre músicos de rock nacional, de tal manera que se formó una lista de músicos que cumplían con las características requeridas para la investigación.

A continuación se presenta la lista final de las bandas musicales, clasificadas en sus respectivos subgéneros:

<u>Rock Latino</u>	<u>Rock Pop</u>	<u>Punk Rock</u>
Adhesivo	Akumal	Blitz Bums
Akumal	Cain Manttis	El Sueño de Camila
Eskina opuesta	Edición Limitada	Emma vs Noris
Friguey	El Gruve	Kadishi
Groovy Time	El Gruve	Los Rosty
Los Supercrónicos	Insomnio	Metamorfosis
Los Tachos	Pamela Robins	Nuevas Ilusiones
Mar de Vida	Radicales 51	Toybox.
Mística y Raíz	Signo Azul	
Nativa Geranio	Ultra Violeta	
REDD	Víbora.	
Remedios		
Urban Dread y Wanakamau.		

²¹ Evento organizado anualmente por Radio Femenina (102.5) desde el año 2003, cuya finalidad era premiar a los artistas nacionales más destacados. La elección de los ganadores se realiza mediante una votación en Internet, donde se muestra un listado de bandas preseleccionadas.

<u>Heavy Metal</u>	<u>Power Metal</u>	<u>Rock</u>	<u>Progresivo-</u>
Bersek	Araña	<u>Experimental</u>	
Dream Lore	Ayutush	Brujo	
Fallensouls	Barek	Ecos Nativos	
GAIA	Drifter	El Ático	
GalahaD	Lamentos Ancestrales	Las Tres Ramas	
Icarus	Pashpak	Mad Fusión	
Ignition	Raíces Torcidas	Non Sequitur	
Metatron	RCP.	Nosso Jazz	
Santería		Ogruvus	
Symbolic		Ovni	
Virginia Cleem		Prognosis Negativa	
Vívora.		San Juan y los Rufianes	
		Zoom y los de la Triste Cantina.	

El objeto de estudio contó con las siguientes características:

- Personas pertenecientes a una banda de rock nacional en cualquier de los subgéneros descritos anteriormente
- Músicos cuyo arte se dirige a jóvenes
- Residentes de San Salvador
- Músicos pertenecientes a bandas vigentes en ese momento.
- Músicos que realizan ensayos constantemente.

4.2 MUESTRA

La muestra estuvo conformada por un integrante de cada una de las bandas detalladas anteriormente en la población, haciendo un total de 66 músicos, a los cuales se les realizó una entrevista dirigida que permitió obtener la información que determinó la factibilidad de creación de cuartos de ensayo.

Cada músico entrevistado representó a la banda a la que pertenecía, dando así un panorama de su grupo musical en general, esto contribuyó a conocer las necesidades que como banda demandaban; de igual manera, las opiniones individuales ayudaron a obtener una visión equilibrada.

El método de selección fue aleatorio simple, es decir, no importó la función del músico dentro de la banda, lo único determinante fue el grupo de características requeridas.

4.3 INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la investigación se utilizó la entrevista dirigida²² que se desarrolló de manera interactuada. En la entrevista se destinó un espacio para datos generales, lo cual permitió conocer si el perfil del músico contaba con las características requeridas.

Dicha entrevista incluía los siguientes aspectos:

- 19 preguntas abiertas, donde el entrevistado tuvo la libertad de contestar de manera amplia.
- Un espacio en donde se recopiló información extra que contribuyó al análisis.

4.4 PROCESO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Los datos se obtuvieron por medio de una entrevista dirigida. Los entrevistados fueron músicos entre los 18 y 38 años, pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador, se tomó de forma aleatoria a un músico de cada banda de rock.

²² Ver Anexos

Los lugares en donde se llevaron a cabo las entrevistas dependieron de la disponibilidad del artista. Dicha recolección de datos se complementó en los meses de Julio a Octubre, y la duración de cada entrevista fue de 20 minutos aproximadamente.

4.5 PROCESO PARA EL ANÁLISIS DE DATOS

Para analizar los datos resultantes de la investigación se realizaron dos tipos de análisis: el primero **por pregunta**; este consistió en dar lectura a cada una de las respuestas de los entrevistados, determinando porcentajes cuando la información lo ameritaba, también se hicieron comparaciones de respuesta en respuesta para conocer los datos comunes y prevalecientes. El segundo fue un **análisis global**, en el que se tomaron los resultados mas importantes, y se interrelacionaron entre sí para lograr una interpretación de mayor riqueza.

4.6 PROCESO PARA LA COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Por haber sido una investigación híbrida, la comprobación de hipótesis no se realizó mediante el método de Chi cuadrado, sino que dichas hipótesis fueron comprobadas mediante el cumplimiento de los objetivos planteados en la investigación.

CAPÍTULO V

5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

5.1 VACIADO DE DATOS.

5.1.1 Resultados por pregunta.

Datos Generales

B) Edad

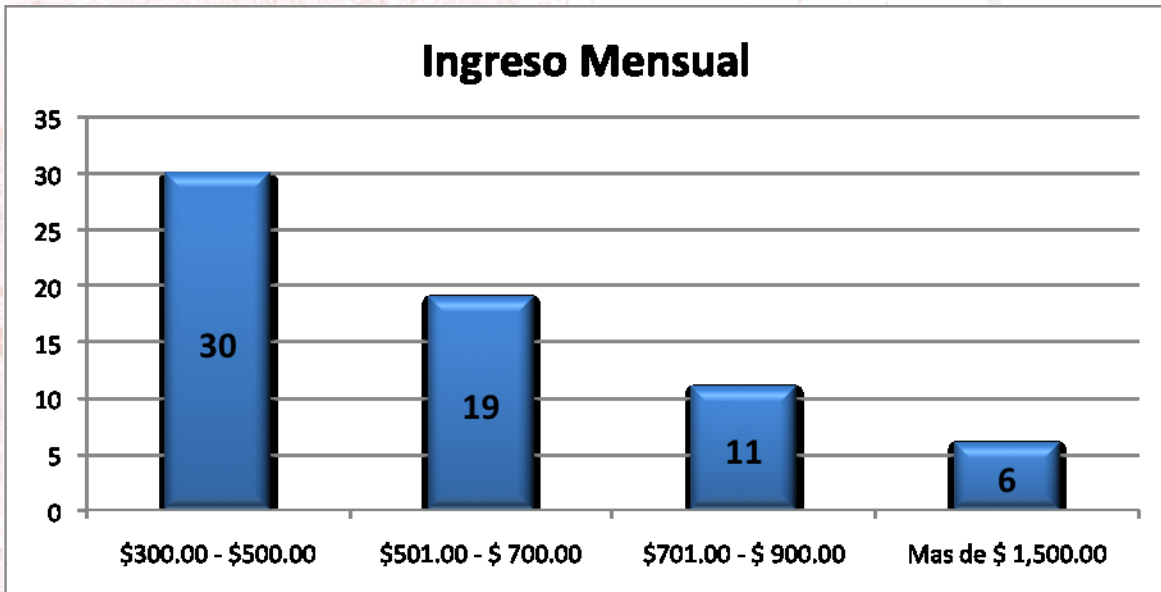
El rango de edad de los entrevistados osciló entre los 22 a 36 años. Por lo que se pudo afirmar que la muestra fue diversa en cuanto a edades, sin embargo el promedio fue 28 años, considerándose a estos “adultos jóvenes.”

C) Ingreso Mensual

La mayoría de los entrevistados, es decir 49 de 66 músicos recibían un ingreso mensual entre los \$ 300 y \$ 700, por otro lado 11 personas obtenían entre los \$ 700 y \$ 900 y solamente 11 de 66 músicos contaban con más de \$ 1,500.00 al mes.

Tabla. 1A

Ingreso Mensual	Numero de Personas
\$300.00 - \$500.00	30
\$501.00 - \$ 700.00	19
\$701.00 - \$ 900.00	11
\$901.00 - \$1,100.00	0
\$1,1001.00 - \$ 1,300.00	0
\$1,301.00 - \$ 1,500.00	0
Mas de \$ 1,500.00	6



D) Nombre de Agrupación

Se entrevistaron músicos de diferentes bandas de rock nacional.²³

E) Número de Integrantes

El número de integrantes de las bandas entrevistadas oscilaron entre cuatro y nueve personas; las agrupaciones con mayor número de integrantes se desarrollaban en el género musical “rock latino”, mientras que las bandas con menor número se desenvolvían entre los géneros de “metal progresivo” y “power Metal”.

La diferencia entre el número de miembros fue bastante grande (entre seis y ocho integrantes de diferencia), dependiendo esto del tipo de música que practicaban.

²³ Ver listado con nombre de bandas en 4.1 Población.

F) Instrumento.

Participación dentro de la banda	No de personas entrevistadas
Bajista	12
Baterista	10
Vocalista y guitarrista	10
Cantante	10
Guitarrista	9
Tecladista	8
Percusionista	7

G) ¿Suele ensayar con su agrupación?

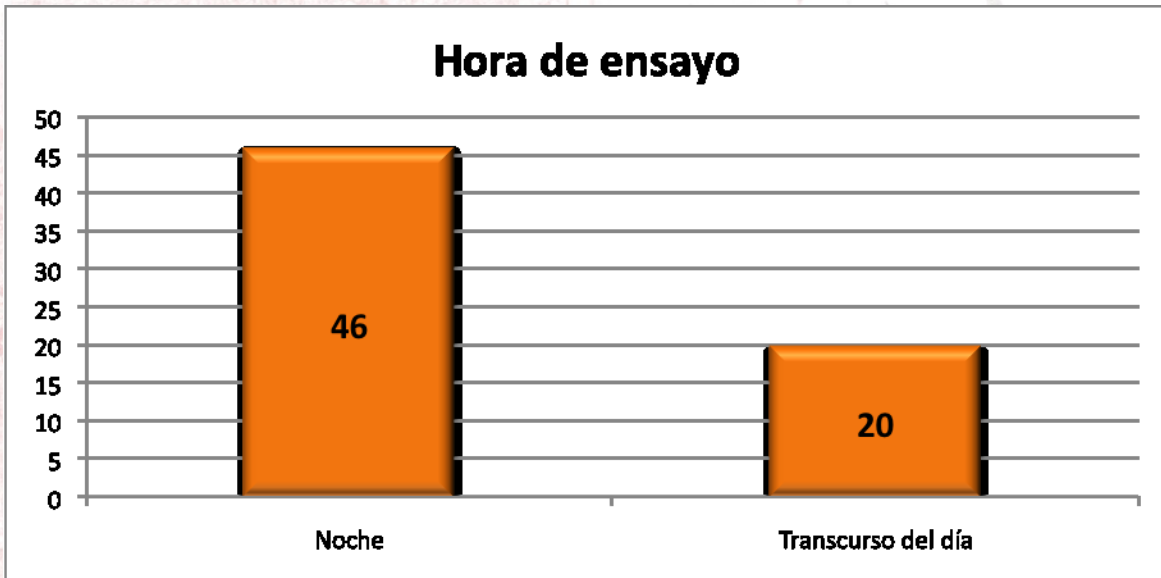
El 100% de los entrevistados respondieron positivamente a la pregunta, razón por la que se pudo afirmar que un lugar destinado para ensayos propiamente, se mostraba de gran utilidad para estos músicos.

H) ¿Con que frecuencia?

La gran mayoría de las agrupaciones ensayaban al menos una vez por semana, sin excederse de tres, Lo cual afirmó nuevamente la necesidad de un lugar destinado para ensayos.

I) Usualmente, ¿en qué horario ensayan? (Días y horas).

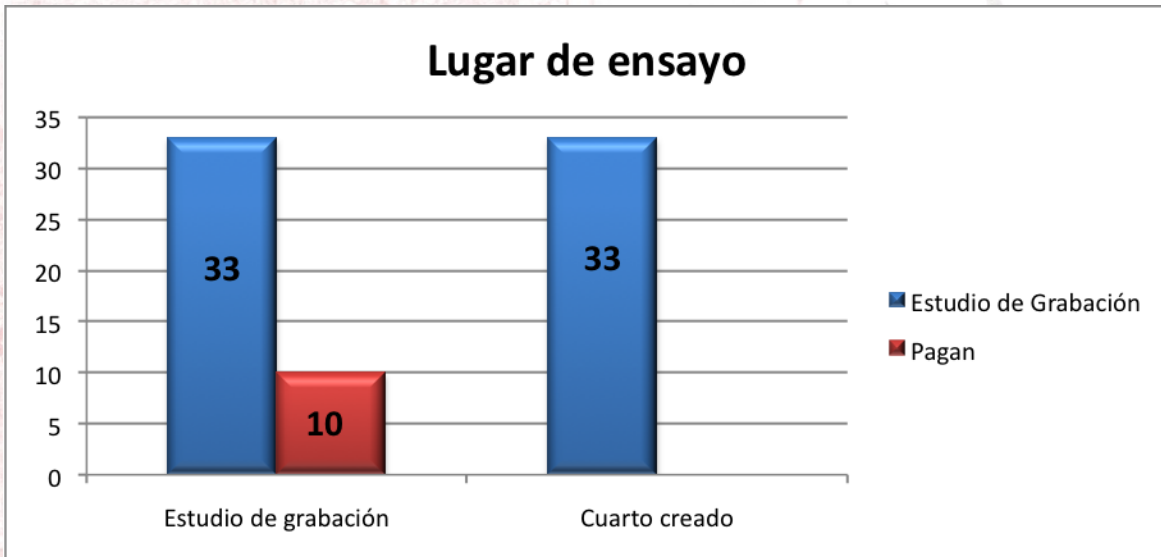
Horario de Ensayo	Numero de Entrevistados
Noche	46
Transcurso del día	20



El 69.70% de los entrevistados, es decir (46) personas ensayaban en horas de la noche y en su mayoría días de semana, del 30.30% restante conformado por (20) personas, 13 músicos ensayaban fin de semana y 7 personas lo hacían días de semana en el transcurso del día.

J) ¿En donde ensayan? (costo de inversión por el uso del lugar)

Lugar de ensayo	Numero de Entrevistados	Cuarto creado
Estudio de Grabación	33	33
Pagan	10	0



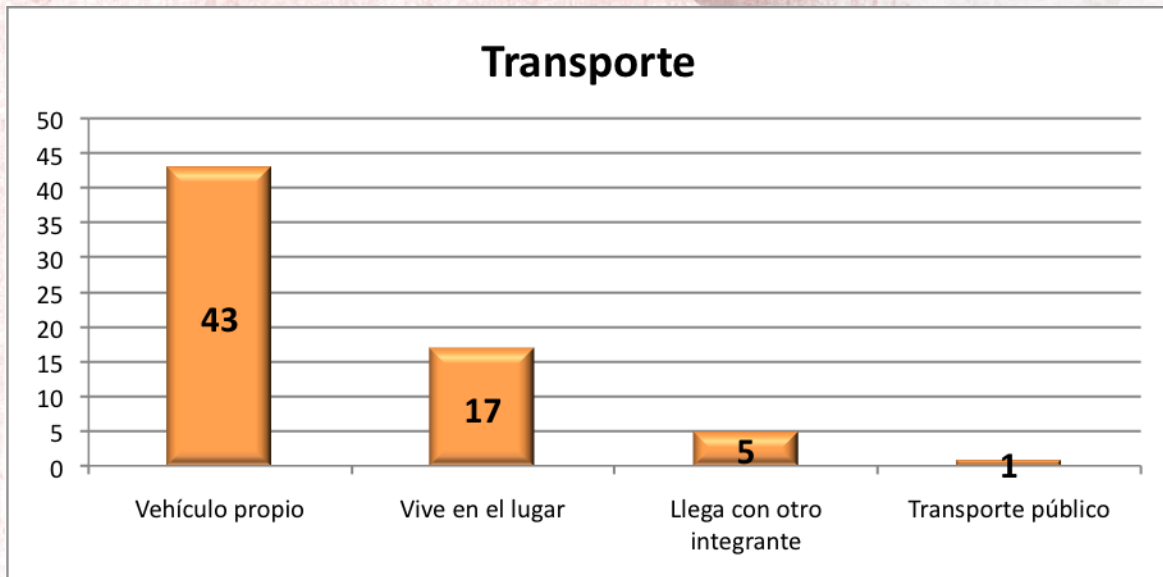
En cuanto al lugar de ensayo los músicos presentaron una tendencia marcada entre dos opciones:

Un 50% es decir (33) de los entrevistados ensayaban en un estudio de grabación al cual tenían acceso mediante influencias de alguno de los integrantes, de este 50%, el 30.31% (10) pagaban su tiempo de ensayo a un valor de \$5 dólares la hora por banda, el 69.69 % (23) restante no pagaba. Debido a conocimiento propio uno de los entrevistados comentó que el costo promedio de creación de estos estudios andaba por los \$25,000.00

El otro 50% de los entrevistados había creado un cuarto de ensayo adecuado con elementos que estaban al alcance económico de su agrupación. En la mayoría esos cuartos tenían lugar en alguno de los hogares de uno de los integrantes.

K) Usualmente, ¿Cómo se transporta para llegar a su lugar de ensayo?

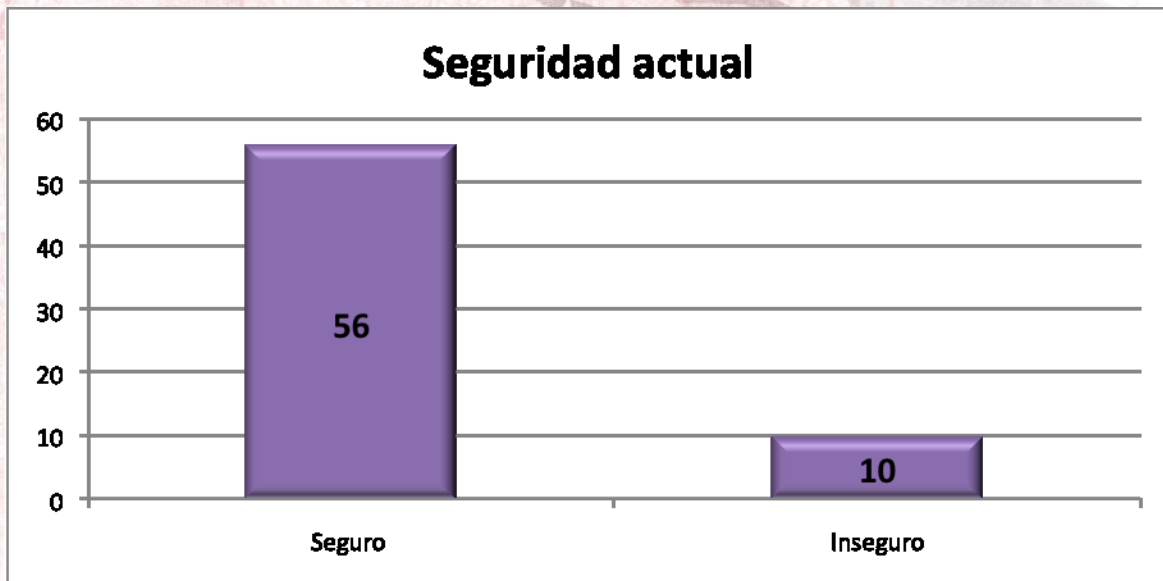
Transporte	Numero de Entrevistados
Vehículo propio	43
Vive en el lugar	17
Llega con otro integrante	5
Transporte público	1



En su mayoría, es decir (43) de los entrevistados el 65.16 % contaba con vehículo propio para transportarse, otro 25.76 % (17) vivían en el lugar de ensayo, un 7.58 % (5) se trasladaba con otro de los integrantes y el 1.50 % (1) restante, lo hacían mediante transporte público.

L) ¿Se siente seguro en el lugar donde ensayan?

Seguridad	Numero de Entrevistados
Seguro	56
Inseguro	10



Un 84.85 % (56) de los entrevistados afirmó que el lugar en donde ensayaban en ese momento era bastante seguro, aunque reforzaron la opción de poder dejar sus instrumentos sin ningún problema o inseguridad.

El 15.15 % (10) restante dijeron sentirse inseguros por falta de vigilancia.

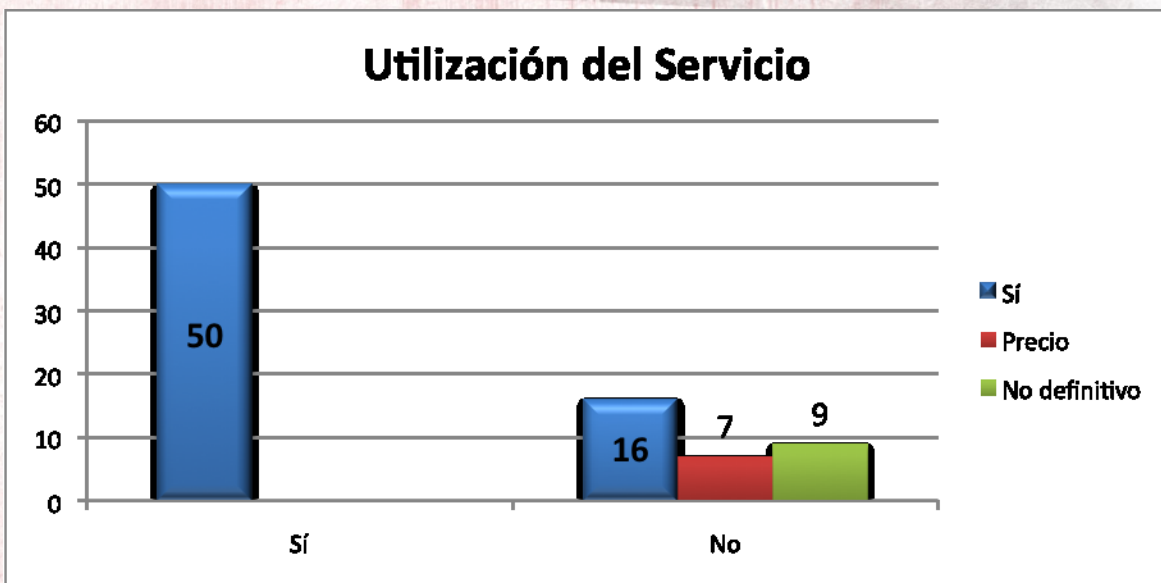
Algo que valió la pena resaltar en esta pregunta, fue que algunos de los entrevistados comentaron la incomodidad que causaba el ruido a los vecinos del lugar.

M) ¿Cómo lo haría más seguro?

La mayoría de los entrevistados hicieron saber que el lugar donde ensayaban es seguro, algunos de ellos repitieron nuevamente la opción de dejar seguros sus instrumentos y ubicar alarmas.

N) Si algún ente del estado creara cuartos de ensayo y brindara el servicio a los músicos nacionales, ¿estaría dispuesto a formar parte de este proyecto?

Lo utilizarían	Sí	Precio	No definitivo
Sí	50	0	0
No	16	7	9



Fue curioso notar que a pesar que todos los entrevistados contaban con un lugar en donde ensayar, un 75.76 % (50) de ellos dijeron que harían uso del nuevo servicio de cuartos de ensayo, un 10.61 % (7) condicionó el uso al precio y la ubicación y el 13.63 % (9) restante expresaron que definitivamente no harían uso del servicio.

1. Si se creara un lugar para cuartos de ensayo ¿Cómo se imagina la infraestructura del mismo?

Decoración	Número de entrevistados
Neutral	23
Musical	23
Artes plásticas	6
Indiferente	14

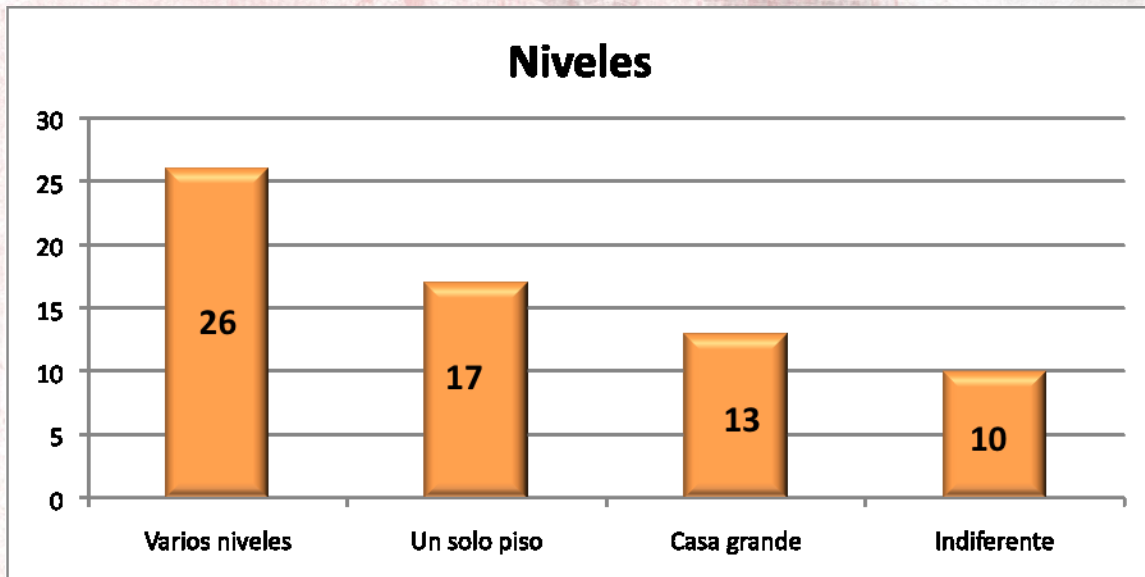


En relación a la infraestructura del lugar, un 34.85 % (23) de los entrevistados compartieron la idea que en cuanto al aspecto o decoración debía ser neutral, otro 34.85 % (23) dijeron que les gustaría ver una decoración musical, mientras que otro 21.21 % (14) no les fue importante y el 9.09 % (6) restante mencionó la opción de poseer una decoración con artes plásticas.

Por otro lado según los entrevistados el número de cuartos con los que debía contar el lugar oscilaba en un rango entre los 2 a 20 cuartos, siendo 4 cuartos la opción más mencionada, al sacar un promedio de esto, 6 cuartos es el dato resultante.

Se mencionó que todos debían estar trabajados de tal manera que aislaran el sonido, algunos de ellos opinaron que los cuartos debían variar en su tamaño dependiendo del número de integrantes.

Niveles	Número de entrevistados
Varios niveles	26
Un solo piso	17
Casa grande	13
Indiferente	10



Por otro lado, el 39.40 % (26) de los entrevistados visualizaron el lugar de ensayo en un edificio de varios niveles, un 25.76 % (17) visualizó el lugar en un solo piso, otro 15.16 % (10) le fue indiferente y un 19.68 % (13) sugirió una casa grande, de ese porcentaje, 76.93 % (10) la visualizaron de dos plantas y 23.07 % (3) de una sola planta.

En el caso de todas las personas que mencionaron un edificio de varias plantas, éstas hicieron énfasis además en la necesidad de un elevador para evitar problemas al momento de trasladar sus instrumentos, mientras que algunos de los

entrevistados que mencionaron la creación de este lugar con mas de un solo piso sugirieron ubicar los cuartos en la primera planta y el resto de servicios arriba.

En general los entrevistados hicieron mucho énfasis en la comodidad, inclinándose por que el músico se desarrollara en un espacio adecuado.

2. Además de las salas de ensayo, ¿con que otros servicios debe contar el lugar?

Los servicios que fueron considerados importantes por las personas entrevistadas fueron:

- Lugar para comprar comida
- Venta de accesorios para instrumentos (cuerdas, uñetas, pergaminos, baquetas, platos etc.) y música (nacional o poco común)
- Sala de estar o espera.

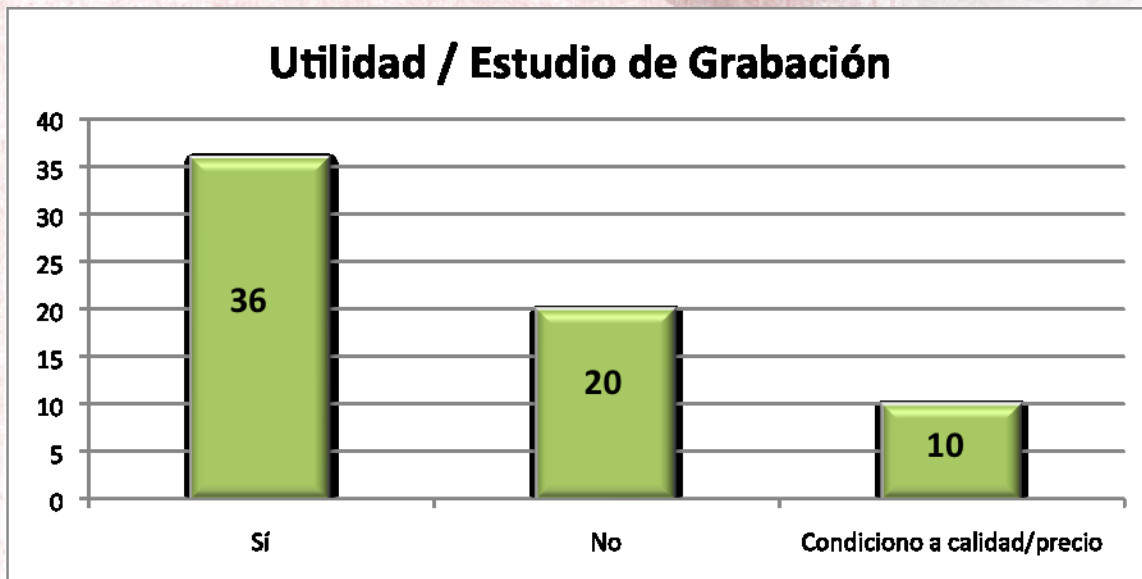
Servicios sanitarios

- Estudio de grabación
- Taller de reparación de instrumentos
- Mediateca
- Área para fumadores
- Recepción
- Bodega para guardar instrumentos
- Acceso a internet
- Alquiler de instrumentos o equipo de sonido
- Seguridad
- Espacio para realizar conciertos

Estos se enumeraron según orden de relevancia, es decir el número de veces que fueron mencionados.

**3. ¿Considera útil la creación de un estudio de grabación dentro del lugar?
Si contesta sí pasar a la siguiente pregunta, si la respuesta es negativa pasar
a la número 5**

Utilidad /Estudio de Grabación	Número de entrevistados
Sí	36
No	20
Condicionó a calidad/precio	10



A pesar que el estudio de grabación no fue mencionado en gran medida en los servicios requeridos a parte de los cuartos de ensayo, en esta pregunta cerca de la mitad de la muestra; es decir, el 54.55 % (36 de los entrevistados) consideraron útil la creación del mismo.

Por otro lado un 30.31 % (20) respondió que nos les interesaba un estudio de grabación en el lugar, esto debido a que dijeron dudar de su calidad, mientras que el 15.14 % (10) restante condicionó el uso de este servicio a la calidad y precio.

4. ¿Cómo visualiza el estudio de grabación? Requisitos mínimos.

Los requisitos mínimos considerados por las personas que respondieron positivamente a la pregunta anterior fueron los siguientes:

- Computadora con software especializado para grabar.
- Consola de 12 a 26 canales
- 8 micrófonos como mínimo
- Amplificadores
- Todo en un cuarto debidamente acústico

La forma en como visualizaron el estudio de grabación la mayoría de los músicos, fue bastante básica, incluso muchos de ellos afirmaron que lo utilizarían únicamente para la grabación de “demos”.

5. En cuanto a instrumentos y equipo de sonido ¿Qué deben poseer los cuartos de ensayo?

Fue curioso observar que los elementos señalados en las respuestas de cada uno de los entrevistados fueron similares, de tal manera que el equipo que dijeron requerir fue el siguiente:

- Batería (no es necesario que esté totalmente armada pero si debe contar con lo básico: bombo, tambores aéreos y de suelo, stands para platos)
- Consola que dependerá del número de integrantes y bocinas para la respectiva, entre 3 a 15 micrófonos
- Micrófonos con stands
- Amplificadores de bajo, guitarra y teclado
- Monitores

Al analizar las respuestas fue fácil darse cuenta que los músicos no veían la necesidad de contar con instrumentos en los cuartos de ensayo, ya que solo un 4.55 % (3) afirmaron la necesidad de contar con cuartos que tuvieran: guitarras, bajos, teclados, esto debido a que fueron considerados instrumentos personales.

Algo importante que resultó es que independientemente a la función que el músico desempeñaba en cada banda, consideraron de suma importancia contar con una batería y amplificador de bajo previamente instalados en los cuartos de ensayo.

6. ¿Qué tipo de equipamiento físico le gustaría que contengan los cuartos de ensayo? (aparte de los instrumentos y equipo de sonido)

El 95.46 % (63) de lo entrevistados consideraron necesario la instalación de aire acondicionado en cada uno de los cuartos de ensayo, entre otros elementos fueron mencionadas las sillas o bancos para mayor comodidad de los músicos, esta opinión fue brindada por un 69.70 %. (46)

En relación a la decoración un 39.40 % (26) la consideró importante, en este punto resultó una diferencia en cuanto al tipo de decoración, pues el 61.54 % (16) dijo que le gustaría observar un ambiente musical, el cual podría estar conformado por posters y fotografías de músicos famosos, ya que aseguraron que esto solía funcionar como inspiración al momento de realizar sus prácticas, el 38.46 % (10) restante se inclinaron hacia una decoración mas neutra.

Otros elementos mencionados según orden de importancia fueron:

Sillón cómodo dentro de cada sala

Mesa para composición musical

Alfombra

Iluminación apropiada

Reproductor de discos

Adecuada instalación eléctrica

Oasis con bebida

Refrigeradora

Acceso a internet

Espejos

7. ¿Qué tipo de profesionales y/o expertos deben de trabajar en los cuartos de ensayo? Descríbalos

El 60.61 % (40) los entrevistados opinaron que el personal de trabajo dentro de las instalaciones debía estar compuesto por personas con bastante noción musical o ser músicos, y expresaron que dos personas podrían ser suficientes.

Por otro lado, el 34.85 % (23) los músicos entrevistados consideraron la importancia de contar con ingenieros de sonido en lugar, con la misma importancia fue mencionado el personal administrativo, el cual de acuerdo a su opinión debía estar conformado por personal de servicio al cliente, un administrador, vendedores, conserje o seguridad.

Además, tanto técnicos en amplificadores y electricidad, como profesionales en estudios de grabación fueron mencionados por un 30.31 % (20) de la muestra en cada uno de los casos.

Fue necesario aclarar que los profesionales en estudios de grabación. Fueron tomados en cuenta en los casos que se mencionaron la creación de un estudio de grabación.

Los factores género y edad por su lado, les fueron indiferentes a los entrevistados, sin embargo mencionaron que debían ser personas que contaran con conocimientos musicales.

8. ¿En qué zona ubicaría un lugar con cuartos de ensayo? ¿Por qué?

El sector escogido por la mayoría de entrevistados se ubicó en los alrededores del Centro Comercial Metrocentro, seguido por la zona del El Salvador del Mundo y la Colonia San Luis. Otros sectores tomados en cuenta en menos medida fueron los alrededores del Centro de Ferias y Convenciones, La Colonia Escalón, la Zona Rosa y el sector de la Universidad Nacional.

Todas estas zonas fueron escogidas por los músicos entrevistados debido a ser considerados céntricas, seguras, conocidas por la mayoría de las personas y accesibles en relación al transporte público.

9. De acuerdo a la zona escogida, ¿Considera importante la creación de un parqueo? (si contesta si, continuar con la pregunta 11, si contesta no trasladarse a la pregunta 12 y continúe)

Todos los músicos entrevistados respondieron positivamente a esta pregunta, considerando el parqueo indispensable para su seguridad y comodidad, ya que el 65.16 % de los entrevistados señalaron trasladarse en vehículo propio a su lugar de ensayo.²⁴

10. ¿Cómo debe ser este?

Según los entrevistados la capacidad con la que debía de contar el parqueo varió de 5 a 30 carros, siendo 10 carros el número más mencionado.

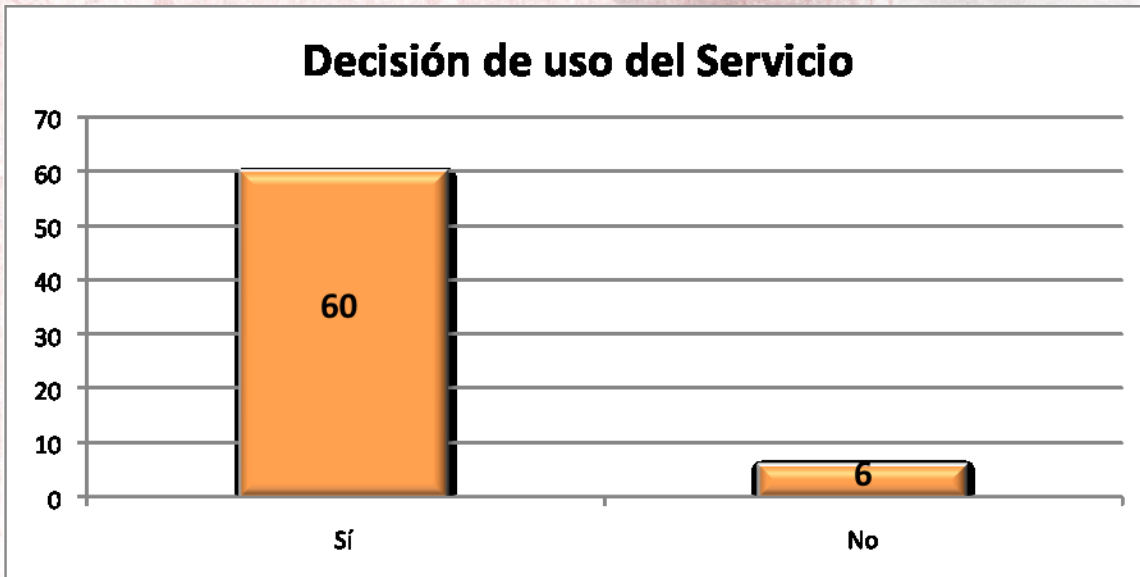
En relación a las características del parqueo, el factor seguridad (vigilancia) resultó ser el más importante para los músicos entrevistados, seguido de esto se mencionó en gran medida la creación de un lugar adecuado para descarga de instrumentos que contara incluso rampas adecuadas para hacer más fácil la movilización de los instrumentos.

Por otro lado la necesidad de un parqueo techado fue mencionada, aunque por un grupo reducido de la muestra.

²⁴ Ver resultado de ítem "J" en la entrevista dirigida.

11. ¿Si existiera un lugar con las características que antes mencionó estaría dispuesto a hacer uso del servicio? ¿Por qué? Si contesta que no, pasar a la pregunta 16.

Uso del servicio	Número de entrevistados
Sí	60
No	6



El 90.91 % es decir 60 de los 66 entrevistados contestaron positivamente a esta pregunta, ya que consideraron que si dichos cuartos ofrecían el equipo especializado (instrumentos y equipo) para sus ensayos, eso podría representarles oportunidad de crecimiento pues escucharían a su banda de una mejor manera y esto los haría crecer como músicos, además valoraron la ventaja de tener disponibilidad de horario y acceso a equipo especializado, evitando el hecho de molestar a vecinos, además visualizaron en el proyecto como una oportunidad para establecer contactos.

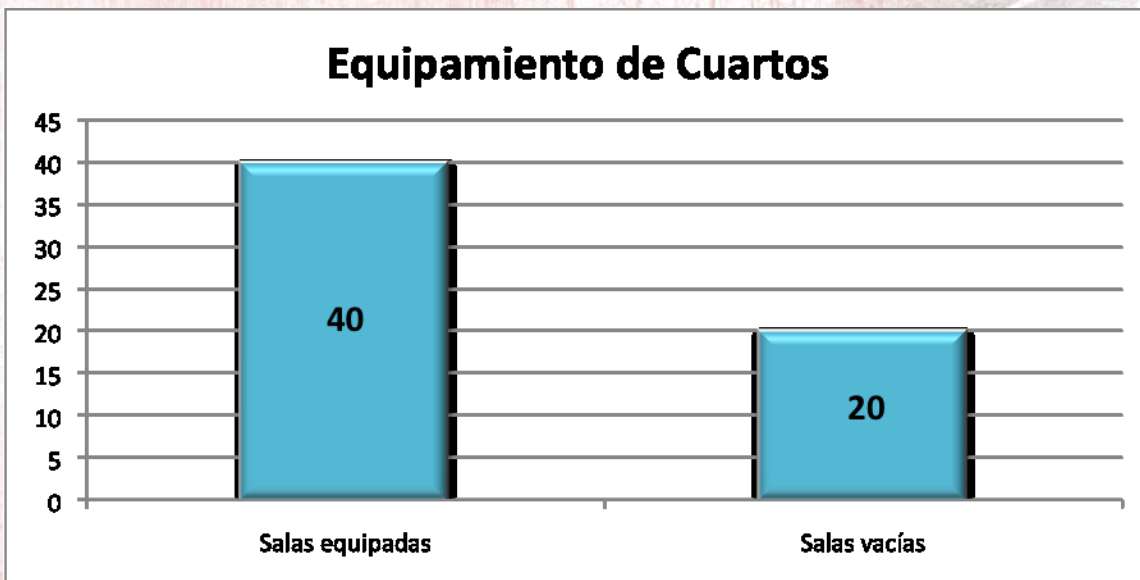
Fue importante resaltar que muchas de las bandas que ya contaban con un lugar fijo a donde ensayar afirmaron que harían uso del servicio ya que lo veían como una oportunidad para lograr un mejor desarrollo musical debido a los elementos

altamente profesionales que se les podrían ofrecer y de igual manera podrían utilizarlo en casos de emergencias.

Por otro lado las personas que respondieron negativamente a esta pregunta justificaron su respuesta con el hecho de sentirse cómodos y satisfechos con su lugar de ensayo en ese momento.

12. En el caso específico de su banda ¿Necesita que todos los cuartos estén equipados o podría únicamente alquilar las salas vacías?

Equipamiento de cuartos	Número de entrevistados
Salas equipadas	40
Salas vacías	20



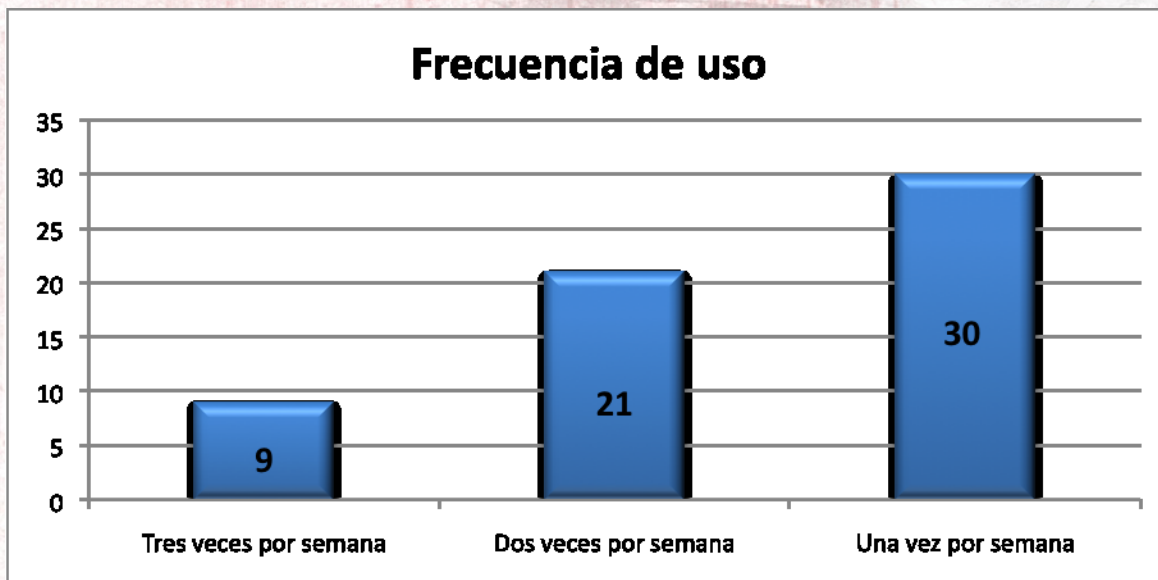
El 60.61 % (40) de entrevistados aseguró que su banda musical alquilaría salas equipadas, mientras que otro 30.31 % (20) alquilaría salas vacías, dentro de este porcentaje el 35 % (7) menciona la importancia de contar con la opción de alquiler de instrumentos y accesorios complementarios.

El 9.08 % (6) que resta son las personas que no harían uso del servicio.

Finalmente, se pudo percibir que lo requerido por los músicos mostró variación dependiendo del estilo musical que realizaban.

13. ¿Con que frecuencia haría uso del servicio?

Frecuencia de uso	Número de entrevistados
Tres veces por semana	9
Dos veces por semana	21
Una vez por semana	30



El 35 % (21) los músicos entrevistados afirmaron que harían uso del servicio con sus respectivas bandas 2 veces a la semana, mientras que otro 15 % (9) lo haría 3 veces por semana, esto quiere decir que la mitad de la muestra no bajaría de dos ensayos por semana.

El 75 % (45) de las personas que harían uso del servicio lo utilizarían entre 3 a 4 horas por ensayo, el resto dijo que lo usaría al menos 2 horas por día.

Cabe resaltar que los días a utilizar el lugar resultaron variar según la necesidad de cada banda.

14. ¿De qué manera programaría sus ensayos?

De acuerdo a la información obtenida mediante las entrevistas, resultaron 3 maneras diferentes de programar los ensayos:

- Reservación por día
- Reservación Semanal
- Calendario Mensual

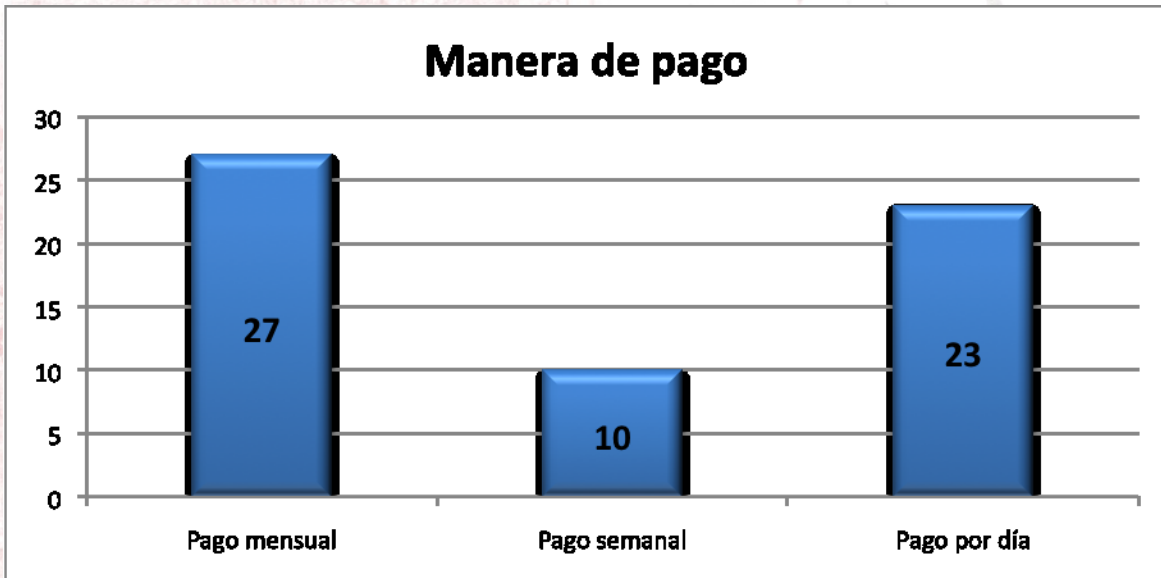
Resultó interesante observar que las tres opciones de pago fueron mencionadas en igual proporción.

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar como banda? Y ¿de qué manera realizarían el pago?

La mayoría habló de precio por ensayo, variando este desde los \$ 4.00 a \$60.00, siendo los precios mas mencionados \$ 10.00 y \$ 20.00 , por lo que se consideró que el valor del servicio podría andar entre ese rango.

Los músicos que no hablaron de precio por ensayo, sugirieron un pago mensual que oscilara entre los \$ 80.00 a \$ 180.00.

Manera de pago	Número de entrevistados
Pago mensual	27
Pago semanal	10
Pago por día	23



En cuanto a la manera de pago, de los 60 de músicos que afirmaron utilizarían el servicio, 45 % (27) de ellos mencionaron estar interesados en cancelar de forma mensual, mientras que 38.33% (23) personas señalaron que preferirían pagar el día en que utilizaran el servicio; los 10 músicos restantes dijeron que les gustaría cancelar semanalmente.

16. ¿Cuál sería su opinión, si CONCULTURA desarrollara el proyecto "cuartos de ensayo para músicos de Rock Nacional"?

El 100% señaló que la iniciativa sería de gran ayuda para todos los músicos nacionales, resaltando aquellas bandas que tenían mayor dificultad para encontrar donde ensayar, perdiéndose en estas el talento.

Debido a que la institución que apoyaría este proyecto sería un ente del estado (CONCULTURA), los entrevistados señalaron que al crear este servicio se le atribuiría una imagen positiva al gobierno.

De igual manera, expresaron que de ser llevado a cabo el proyecto, se sentirían tomados en cuenta acción que podía ayudar a proyectar la música como una profesión.

Por otro lado, a pesar de que a todos les emociona la idea, algunas personas agregaron tener dudas en cuanto a la manera en como el estado desarrolla sus proyectos, atribuyeron esto a que no se les da el mantenimiento debido.

Por otra parte, dentro de estas respuestas se mencionó en gran medida que esperarían que el precio estuviese accesible a los usuarios.

17. ¿Por cuáles medios usted se informa acerca de la oferta de servicios, productos o cualquier actividad relacionada con la música?

El internet fue el medio de comunicación mencionado por todos los músicos, seguido por el “boca en boca” es decir, comentarios entre los mismos músicos. También fueron considerados los afiches y volantes expuestos en lugares relacionados con la música.

Los medios de comunicación masiva como prensa escrita, televisión y radio también fueron mencionados pero en menor medida, pues consideraron que estos no brindan el apoyo necesario al gremio musical.

18. ¿Cuál prefiere?

Confirmando las respuestas de la pregunta anterior el medio que prefirieron las personas interesadas fue el Internet, aunque nuevamente afirmaron que les gustaría que medios masivos como radio, televisión y prensa escrita divulgaran todo lo relacionado con la música nacional.

19. Según su criterio ¿Cuál sería la mejor manera de dar a conocer este servicio?

La mayoría considero importante hacer uso de todos los medios masivos para dar a conocer el servicio, rigurosamente haciendo uso del internet, debido a que como se vio anteriormente fue el medio mas utilizado en estos momentos, así como también colocando información del servicio en lugares que son visitados por músicos, como conciertos y tiendas musicales.

5.2 INTERPRETACIÓN DE DATOS

5.2.1 Análisis Global.

5.2.1.1 Características de la muestra.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación “Estudio de factibilidad para creación de cuartos de ensayo para músicos de rock nacional. Elaboración de plan de mercadeo para comercializarlo” se observó que la mayoría de los músicos de rock nacional pertenecientes a la muestra, fueron jóvenes cuyo promedio de edad era de 28 años. Al relacionar este promedio de edad con sus ingresos económicos se pudo afirmar que fueron personas cuyas posibilidades económicas les permitían únicamente invertir en adecuación de cuartos de ensayo en hogares, o la utilización de estudios de grabación mediante influencias.

Cabe mencionar que un buen porcentaje de los músicos que rentaba lugares para ensayar lo hacían a un valor que no superaba los \$5. Todo esto se comprobó al observar que en su mayoría los músicos entre los 23 y 28 años de edad contaban con un ingreso mensual entre los \$ 300 y \$ 500.²⁵

El número de integrantes por banda varió según el género musical que desarrollaban, siendo las bandas con menor número aquellas que se desenvolvían entre los géneros de “metal progresivo” y “power metal”, mientras que el tipo de música “rock latino” demostró mayor número de integrantes. Este dato se relacionó directamente con el tamaño que debían poseer los cuartos de ensayo, ya que al preguntarles sobre la infraestructura del lugar, las bandas conformadas por mas personas pensaron en cuartos grandes, caso contrario a las bandas más pequeñas quienes se conformaron con un espacio reducido.

²⁵ Ver tabla 1A, en 5.1.1 Resultados por Pregunta.

Por otro lado, se asumió que la mayoría de los entrevistados no se dedicaban únicamente a la música, esto se dedujo al momento de indagar en los horarios, ya que el 89.40% de los entrevistados ensayaban los días de semana por la noche o lo realizaban fines de semana, esto demostró que ocupaban su semana en diversas actividades.

5.2.1.2 Necesidades de la Muestra

Independientemente del instrumento en el cual el artista se desarrollaba, las necesidades y prioridades en relación al equipamiento de los cuartos fueron muy similares, sin dejar a un lado que tales estuvieron condicionadas también por el género musical.

Definitivamente la necesidad de contar con un lugar para ensayar fue inminente en los músicos de rock nacional, esto debido a que el todos los músicos entrevistados aseveraron practicar frecuentemente con su agrupación, realizándolo por lo menos una vez a la semana; la mitad de ellos tenía la oportunidad de ensayar en un espacio trabajado acústicamente, sin embargo ninguno de estos cuartos estaba ubicado en un lugar destinado para ensayos, debido a que eran estudios de grabación o de radio, este patrón no fue nuevo, ya que según citó Rafael Alfaro en la “Reseña Histórica de Espacios de Ensayo en El Salvador”²⁶ desde los años 80 existieron bandas en El Salvador que utilizaron estudios de grabación para realizar sus prácticas.

Cabe resaltar que de las 33 personas que expresaron ensayar en estudios de grabación únicamente 10 de ellas pagaban por hacer uso de las instalaciones, se pudo observar que los 20 músicos restantes accedían a estos lugares de manera gratuita, debido a que en algunos casos poseían influencias, trabajaban dentro de el lugar o eran sus propietarios. Esto quiere decir que para lograr ensayar en un

²⁶ Ver Marco Histórico .

lugar adecuado el músico debía conocer gente del medio, no a cualquiera se le presentaba esta oportunidad.

La otra mitad de músicos que no poseían la oportunidad de ensayar en estudios de grabación practicaba en lugares adecuados a sus posibilidades, es decir salas caseras cubiertas generalmente por materiales comunes como esponja, cartones de huevo, tela, etc., todo esto para lograr una buena acústica y un aceptable aislamiento del sonido, esta información se relaciona directamente con lo expresado por Juan Carlos Erquicia quien comentó que generalmente no se contaba con un lugar propiamente para ensayar por lo que en muchos casos los músicos seguían ensayando en sus casas.²⁷

Analizando lo anterior se concluye que una gran parte de músicos se encontraban con bastantes dificultades, impedimentos y carencias de herramientas que los hiciesen progresar como artistas.

En cuanto a la forma de transportarse a su lugar de ensayo mas de la mitad de los entrevistados lo realizaban en vehículo propio o llegaban al lugar con algún compañero de banda, por lo que la creación de un parqueo se convirtió en un factor importante, esta información se reafirmó al observar que el todos los encuestados consideraron necesario la creación de un parqueo con una capacidad de aproximadamente 10 carros y que contara además con seguridad.

El artista se encontraba en una búsqueda constante de comodidad, de contar con insumos que le hiciesen placentero su desarrollo musical.

Al observar que el 84.85% de los entrevistados afirmaron sentirse seguros en el lugar donde ensayaban en ese momento, reafirmó el deseo de los músicos de

²⁷ Ver Marco Histórico .

continuar de la misma manera, esto quiere decir que por razones obvias la seguridad era de los primeros requisitos con los que debía contar el proyecto.

En esto fue importante resaltar que muchos de los entrevistados mencionaron la creación de un área destinada para la descarga de instrumentos dentro del parqueo, la cual contara incluso con rampas adecuadas para que hiciera más fácil la movilización del equipo, evitando así que el músico caminara largas distancias con los instrumentos.

Hablando de instrumentos, muchos de los entrevistados mostraron bastante interés en que las instalaciones tuviesen un lugar para guardarlos sin ningún problema; entonces al observar que hicieron referencia a una área de descarga de instrumentos y también hablaron de un lugar para guardarlos, se pudo afirmar nuevamente que el factor comodidad fue de suma importancia, el músico quería despreocuparse de cosas básicas y dedicarse únicamente a ensayar.

5.2.1.3 Aceptación del servicio.

En primera instancia y a pesar de que la mayoría de los entrevistados contaban con un lugar fijo para ensayar el 75.76% dijo que haría uso del servicio de cuartos de ensayo, el resto condicionó su uso con factores como precio y ubicación, razón por la cual debió brindarse bastante atención al momento en que se determinaron estos factores. Tomando en cuenta que de alguna manera u otra la gran mayoría de los entrevistados poseían un lugar fijo a donde realizar sus prácticas, el precio tenía que ser bastante cómodo, esto en conjunto con la ubicación generaría el interés en el artista por probar el servicio

Únicamente nueve personas de sesenta y seis contestaron rotundamente que no, fue muy interesante observar que al final de la entrevista y luego de que cada músico determinó sus necesidades, seis personas mantuvieron esta negativa justificándose con el hecho de sentirse cómodos y satisfechos en el lugar donde

ensayaban en ese momento. A pesar de esta posición negativa no se descartaba la opción de que estos estuvieran tentados en probar el servicio.

Con estos resultados, se dedujo que si este lugar contaba con todos los elementos que los entrevistados plantearon, el nivel de uso sería alto.

En otras palabras, la gran mayoría de los músicos entrevistados, definitivamente aseveró que haría uso del servicio, ya que consideraron que si dichos cuartos ofrecían el equipo especializado (instrumentos y equipo) para sus ensayos, el proyecto representaría una oportunidad de crecimiento, pues escucharían a su banda de una mejor manera y esto sin duda los haría crecer como músicos. Por lo que había que explotar estos recursos al máximo para llamar la atención de los posibles usuarios.

Otras fortalezas que los indujo a la posibilidad de utilizar el lugar, es que contara además con disponibilidad de horario para ensayar en el tiempo que les favoreciera, esto debido a que como se mencionó anteriormente la gran mayoría de estos trabajaban por el día, de igual manera otras fortalezas del servicio fueron la posibilidad de establecer contactos con otros músicos que hicieran uso del servicio y despreocuparse por los vecinos.

Es importante resaltar que muchas de las bandas que ya contaban con un lugar fijo a donde ensayar, justificaron el uso del servicio pues lo percibieron como una oportunidad para lograr un mejor desarrollo musical en el caso que se les ofrecieran elementos altamente profesionales; agregaron además que el lugar sería de gran utilidad en casos de emergencias, cuando por algún motivo no pudiesen practicar en su lugar de ensayo, razón que hizo pensar que el músico se enfrentaba constantemente a imprevistos para y durante sus ensayos, algo que sería resuelto por el proyecto, brindándoles mayor estabilidad y constancia.

5.2.1.4 Características del servicio.

En cuanto a la infraestructura del lugar, se plantearon varias preguntas que buscaron conocer la visión de los músicos en relación a varios aspectos:

La decoración, resultó una opinión dividida, pues el 34.85% de las personas entrevistadas opinaron que el lugar debía poseer una decoración neutra y afirmaron que esto resultaría cómodo para las agrupaciones de diferentes géneros musicales que harían uso del servicio; sin embargo, otro 34.85 % se inclinó por una decoración musical, esta idea fue bastante apoyada por bandas que se desarrollan en los géneros rock latino y rock pop. La mayoría de bandas de metal progresivo por su parte, se inclinaron por artes plásticas como parte de la decoración.

Al analizar esta información brindada, se pudo afirmar que el ambiente en el cual los entrevistados deseaban desarrollarse, dependió directamente del tipo de música que tocaban, esto concuerda con el número de integrantes con los que contaba cada banda, por lo que fácilmente se podía decorar los cuartos dependiendo de su tamaño.

En cuanto al número de cuartos con los cuales debía de contar el proyecto, los músicos entrevistados visualizaron un rango entre 2 a 20 cuartos siendo 4 cuartos la opción más mencionada, casualmente visualizaron la misma cantidad de cuartos con los que cuenta el lugar en Colombia que se tomó como referencia en el Marco Teórico.

Al obtener el promedio del rango mencionado por los músicos, fue 6 el número total de cuartos de ensayo a construir.

En este punto resultó interesante hacer una relación entre el tamaño del lugar y el número de salas de ensayo, ya que al momento de visualizar las dimensiones del lugar un 39.40% de los entrevistados mencionó un edificio de varios niveles, esto

coincidió con el número de cuartos ya que los que sugirieron un edificio con varios pisos no mencionaron menos de 5 , a la vez resaltaron en algunos casos, la importancia de un elevador, ubicando los cuartos en las plantas bajas y los demás servicios en las plantas altas. Por el contrario un 25.76% visualizó el lugar en un solo piso, y solo un 19.68% lo visualizó en una “casa muy grande”.

Independientemente de la infraestructura en general del lugar, todos los músicos hicieron referencia a salas de ensayo trabajadas de tal manera que aislaran sonido y como se mencionó anteriormente, la visualización del tamaño de las salas dependió del número de integrantes por banda pero todos hablaron de un espacio que les garantizara comodidad y desenvolvimiento.

En definitiva los músicos no estaban acostumbrados a poseer la oportunidad de utilizar proyectos realizados para ellos especialmente, ya que no se contaba con ninguno parecido a este, por lo que las aspiraciones de los artistas fueron bastante mínimas, considerando inmenso y magnifico un edificio con 6 cuartos para ensayo y a pesar de esto equipados con lo básico.

Hablando específicamente de los cuartos de ensayo , y hablando de su tamaño y equipamiento, las respuestas variaron según la necesidad de cada banda musical , sin embargo al retomar los elementos más mencionados, se afirmó que de manera básica , los cuartos de ensayo debían contar con:

- Batería (Sin necesidad que estuviese totalmente armada pero si debía poseer lo básico: bombo, tambores aéreos y de suelo, stands para platos)
- Consola con bocinas que dependería del número de integrantes y entre 3 a 15 entradas.
- Micrófonos con stands
- Amplificadores de bajo, guitarra y teclado
- Monitores

Al analizar las respuestas fue fácil darse cuenta que los músicos no vieron la necesidad de contar con instrumentos estáticos en los cuartos de ensayo, ya que solo una minoría consideraron la necesidad de tener acceso a cuartos que contaran con guitarras, bajos, teclados.

El resto de músicos, afirmaron que llevar sus instrumentos sería mejor, ya que consideraron que cada músico “conocía y sabía como tenía su instrumento” Ahora bien, independientemente de la función desempeñada por cada integrante dentro de su banda musical, la mayoría de entrevistados sí consideró de suma importancia, que los cuartos de ensayo tuviesen ya instalados una batería y un amplificador de bajo, ya que afirmaron que eran difíciles de transportar y en ocasiones de conseguir.

Dentro de este punto los músicos resaltaron también que el equipo debería ser de calidad; como se mencionó anteriormente de todos esos insumos dependería el hecho que los artistas se decidieran por hacer uso del proyecto.

Al hablar de las salas de ensayo se hizo una diferencia entre equipamiento técnico y equipamiento físico, basándose el primero en los elementos antes mencionados y el segundo en insumos como muebles y decoración.; en relación a esto según los músicos lo básico con lo que debían contar las salas de ensayo en cuanto a equipamiento físico fue: Aire acondicionado, sillas o bancos y una adecuada instalación eléctrica. En cuanto a la decoración se mostró un fenómeno parecido al mencionado con anterioridad ya que se dividieron las ideas en decoración musical dentro de las salas conformada por posters y fotografías de músicos famosos, debido a que aseguraron que esto solía funcionar como inspiración al momento de realizar sus prácticas, se puede deducir que muchas de estas comodidades ya las gozaban los artistas en sus lugares de ensayo actuales, por lo que el servicio tenía que venir a superar todas estas expectativas.

Otros elementos mencionados según orden de importancia fueron: Sillón cómodo, dentro de cada sala, mesa para composición musical, alfombra, iluminación apropiada, reproductor de discos, adecuada instalación eléctrica, oasis con bebida, refrigeradora, acceso a internet y espejos.

Cabe mencionar que los entrevistados dieron mucha más importancia al equipamiento técnico, conformándose con muy poco al momento de hablar del equipamiento físico, este fenómeno se dio por la misma costumbre que poseía el artista de anteponer el ensayo a sus comodidades, en otras palabras era capaz de sacrificar su bienestar físico con tal de lograr practicar.

Un poco más de la mitad de los músicos entrevistados consideraron que los cuartos debían estar equipados, tomando en cuenta nuevamente que las necesidades podían variar según el tamaño de la banda, lo cual estuvo nuevamente relacionado con el tipo de música que realizaban, el resto señaló que podían utilizar salas vacías, con la opción de alquiler de instrumentos y accesorios complementarios.

Como en todo servicio a parte de la infraestructura y equipamiento también fue bastante importante indagar sobre el personal que brindaría ayuda dentro del proyecto, y según los entrevistados debía estar compuesto por personas con criterio musical que se mostrarán receptivos a diversos tipos de música; con base en lo anterior un poco mas de la mitad de los entrevistados ubicaron músicos como parte del personal del lugar, sin que contaran con un título necesariamente; el resto habló de ingenieros de sonido y personal administrativo, como vendedores, administradores, conserjes, seguridad (el sexo y la edad fueron indiferentes, y condicionaron a las personas únicamente con el cumplimiento de las características antes descritas).

Se pudo afirmar que estos últimos visualizaron el lugar parecido a una institución.

De cualquier manera el personal debía poseer algún conocimiento musical y empatizar con sus usuarios.

En cuanto a la ubicación la mayoría de los entrevistados visualizó el local en los alrededores del centro comercial Metrocentro, pues fue considerado céntrico y accesible para el transporte público, el resto lo ubicó cerca del redondel de El Salvador del Mundo y en la Colonia San Luis. Se pudo notar entonces que las zonas sugeridas estaban ubicadas dentro del mismo sector, por lo que podría ser ubicado dentro de ese radio sin afectar este punto. Cabe mencionar que esta zona geográfica es considerada como la “Zona Bohemia” de El Salvador, debido a que la mayoría de los artistas se desenvolvían dentro de sus alrededores, contando con bares, restaurantes y cafés que brindaban la oportunidad a los músicos de mostrar sus talentos.

En referencia al costo, la mayoría de los entrevistados expresaron estar dispuestos a pagar entre un rango que osciló desde los \$10.00 a \$20.00 siempre y cuando se cumplieran con todos los requisitos que mencionaron, en su mayoría se habló de precio por ensayo y los que no, sugirieron un pago mensual que fue desde los \$80 a \$ 180, esto atado a la frecuencia total de uso.

Tomando en cuenta que los costos serían repartidos en partes iguales por cada uno de los integrantes, hacer uso de los cuartos de ensayo venía a ser como rentar canchas de fútbol rápido, una actividad bastante practicada en el país.

5.2.1.5 Programación y formas de pago del servicio.

En cuanto a la frecuencia de uso del servicio, de las 60 personas que definitivamente aseveraron que harían uso de los cuartos de ensayo, 21 de ellas expresaron que ensayarían dos veces a la semana, mientras que otros 9 señalaron que lo harían tres veces por semana, esto quiere decir que la mitad de ellos expresó que su uso no bajaría de dos ensayos por semana.

En cuanto a las horas que se utilizarían las salas de ensayo, 45 músicos de los que expresaron estar dispuestos a hacer uso de los cuartos, expresaron estar dispuestos a ensayar de 3 a 4 horas por ensayo, el resto lo usaría al menos 2 horas por día.

Esto permitió deducir que los cuartos serían ocupados durante toda la semana y de manera periódica.

Fue importante resaltar que los días a utilizar el lugar, variaron según la necesidad de cada banda, sin embargo resultaron 3 formas de programar estos ensayos: Reservación por día, reservación semanal y calendario mensual, debido a esto las bandas que programen con mayor anticipación poseerían preferencias al momento de elegir sus horarios.

En cuanto a la manera de pago; de los 60 músicos que expresaron estar dispuestos en utilizar el servicio, un poco menos de la mitad de ellos mencionaron estar interesados en cancelar de forma mensual, mientras que un 38.33% señalaron que preferían pagar el día en que utilizaran el servicio, los músicos restantes les pareció más factible cancelar semanalmente, razón que hace pensar que la mayoría de los usuarios programaría sus ensayos con anticipación y los dejaría cancelados.

5.2.1.6 Servicios complementarios dentro de lugar.

Según los músicos entrevistados, a parte de brindar los servicios de cuartos de ensayo el lugar debería contar con diferentes áreas que ayudaran a que su visita fuera más cómoda y placentera, y mencionaron en orden de importancia, algunos espacios como: Una cafetería, tomando en cuenta que muchos de los músicos señalaron que utilizarían los cuartos en horas de comida por lo que contar con un lugar para comprar alimentos lo consideraron muy útil. Además, visualizaron una cafetería como un lugar donde podrían tomar o comer algo en el momento de

descanso de sus ensayos. Hablaron también de venta de accesorios para instrumentos (cuerdas, uñetas, pergaminos, baquetas, platos, etc.) ya que expresaron que al momento de realizar los ensayos los músicos podrían experimentar una serie de inconvenientes muchos de esos relacionados con averías en sus instrumentos, por lo cual se consideraron de mucha importancia brindarles la opción de poder comprar repuestos para solucionar estas dificultades; algunos mencionaron también venta de música nacional o “poco común”. Otro espacio mencionado fue una sala de estar o de espera, cómoda y espaciosa, para relacionarse y dar tiempo a que se desocupen los salones. Expresaron además la necesidad de servicios sanitarios.

Por otro lado, sugirieron un estudio de grabación para que les fuera posible la grabación de sus ensayos.

Taller de reparación de instrumentos; como se mencionó anteriormente durante los ensayos pueden suscitarse varios inconvenientes, por lo que un taller de reparación lo consideraron importante.

Una mediateca también fue mencionada, pues señalaron que le sería de gran beneficio, tener acceso a libros de música; que contengan su historia tanto nacional como internacional, videos y cualquier material didáctico para su desarrollo artístico.

Entre otros espacios, hablaron de un área para fumadores, una recepción brindase atención al público en general.

También se mencionó una bodega para guardar instrumentos, pues afirmaron que eran escasos los lugares que contaban con la garantía de poder dejar el equipo sin ningún problema.

Consideraron importante el acceso a internet, pues facilitaría la obtención de información musical para el artista. Además se mencionó la posibilidad de alquiler de instrumentos y equipo de sonido; pues aunque en la investigación quedó claro que el instrumento era algo personal de cada músico, expresaron que existían circunstancias en que era necesario contar con la opción de alquilar uno de emergencia; la misma situación se podría dar si los músicos necesitaran algún elemento para complementar su equipo. Los músicos expresaron también que contar con alquiler de equipo de sonido les sería útil para montar conciertos, (hay que tomar en cuenta que esto representaría un ingreso extra de dinero para el proyecto).

Hablaron también de seguridad, tanto en el parqueo como en el lugar y de un espacio para realizar conciertos, y para que las bandas visitantes, tuviesen la oportunidad de mostrar su trabajo musical en vivo.

La gran mayoría de los servicios extras mencionados giraron alrededor de la música, pues expresaron que el proyecto podría ser utilizado no solamente para ensayos sino que además como un punto de encuentro de músicos, en el cual podrían obtener insumos para desarrollarse.

Al hablar específicamente del servicio de un estudio de grabación, un poco más de la mitad de la muestra lo consideraron útil aunque lo visualizaron sumamente sencillo, en su mayoría hablaron de utilizarlo únicamente para grabar demostraciones de sus trabajos musicales, contando como mínimo con una computadora y software especializado para grabar, consola de 12 a 26 canales, 8 micrófonos, amplificadores y cuarto debidamente acústico; en este punto, se pudo retomar la información brindada por el Músico y Arreglista Ángel Gutiérrez, donde señaló que en el caso de incluir en el proyecto un estudio de grabación, según su criterio debería de contar como mínimo con un ingeniero de grabación que conociera del funcionamiento de la consola, técnicas de grabación, efectos, etc. y un director artístico. Además, consideró de gran utilidad que el

estudio de grabación contara con instrumentos estacionarios como: Batería completa, complementos de percusión, bajo eléctrico, guitarras acústicas y eléctricas, teclados.

Por tanto, se pudo observar que la visualización del estudio de grabación que brindaron los músicos entrevistados fue distintita al señalamiento que hizo Ángel Gutiérrez, quien habló de los requisitos mínimos con los que debería de contar un estudio de grabación por sencillo que fuera; aunque fue importante aclarar que los entrevistados se imaginaron un estudio para “demostraciones” únicamente, y Ángel Gutiérrez habló de un estudio con la capacidad de producir grabaciones como tales.

Mientras tanto, el resto de los entrevistados señaló que el proyecto de cuartos de ensayo no debía incluir un estudio de grabación, y justificaron su respuesta afirmando que el país que no poseía profesionales de calidad para realizar ese tipo de producciones.

Mencionaron también que de existir taller de reparación y estudio de grabación, necesariamente debían trabajar técnicos e ingenieros en producción para que se encargaran de atender estos departamentos.

En definitiva los servicios complementarios fueron determinantes para aumentar la aceptación y el deseo de uso en los músicos entrevistados, esto debido a que fueron ellos mismos quienes mencionaron sus necesidades y crearon las características con las que contaría el proyecto.

5.2.1.7 Percepción del nuevo servicio

Todos los entrevistados coincidieron que la iniciativa podría ser de gran ayuda para todos los músicos nacionales, resaltando aquellas bandas que con mayor dificultad para encontrar donde ensayar, perdiéndose así el talento.

Debido a que la institución dispuesta a apoyar el proyecto era un ente del estado, los entrevistados señalaron que al crear ese servicio se le podría atribuir una imagen positiva al gobierno.”

De igual manera, los entrevistados expresaron que de ser llevado a cabo el proyecto se sentirían tomados en cuenta, y eso representaba una oportunidad de crear una imagen de la música como una profesión.

A pesar de que a todos les emocionó la idea, algunas personas agregaron tener dudas en cuanto a la manera en como el estado desarrollaba sus proyectos, atribuyeron esto, a que no se les daba el mantenimiento debido, de igual forma al momento de relacionar esta proyecto con un ente del estado lo asociaron con pagar poco dinero por el uso del servicio. Dicho esto se concluye que el trabajo de comunicación debe ser muy grande.

5.2.1.8 Medios de difusión del nuevo servicio.

Como último punto se consideró importante determinar el medio de comunicación que más utilizaban los músicos para enterarse sobre temas referentes a la música, esto con la finalidad de determinar cuál de esos sería óptimo para dar a conocer y promocionar el servicio; y se descubrió que el medio de comunicación que más utilizaban era el Internet, seguido por el “boca en boca” (es decir, comentarios entre los mismo músicos), los afiches fueron mencionados pero en menor medida.

Ahora bien, fue importante resaltar que a pesar que los medios de comunicación masiva como Prensa Escrita, Televisión y Radio no eran de uso común por la mayoría de los entrevistados, si fueron tomados en cuenta al momento de cuestionar que vías de comunicación consideraban básicas para promocionar el servicio, pero lamentaron el poco apoyo que estos le brindaban a la música

nacional. Finalmente, expresaron que tanto el Internet como los demás medios de comunicación masiva, debían ser las vías para dar a conocer el proyecto.

5.2.1.9 Puntos clave del análisis.

Tomando en cuenta el análisis de resultados anterior se puede afirmar que:

- Los cuartos de ensayo poseían un nivel de aceptación alto entre los entrevistados, esto debido a que contaban con la necesidad de un proyecto tan completo y que brindará una oportunidad de desarrollo como la que brindaría el servicio.

- La importancia de las características de los cuartos de ensayo era muy alta en la decisión de uso del servicio, en otras palabras todos los insumos con los que contaba el proyecto (equipamiento físico, técnico, decoración etc.) fueron determinantes para incrementar el deseo y el interés en los posibles usuarios para asistir a las instalaciones.

- La ubicación de los cuartos de ensayo influyo positivamente en el uso de los mismos, los entrevistados necesitaban que el proyecto se encontrará ubicado en un lugar céntrico, fácil de llegar y adecuado para el medio de transporte utilizado.

5.2.2 Análisis por pregunta.

Datos Generales

B) Edad

El rango de edad de los entrevistados osciló entre los 22 a 36 años. Por lo que se puede afirmar que la muestra fue diversa en cuanto a edades, sin embargo el promedio fue 28 años, considerándose a estos adultos jóvenes.

C) Ingreso Mensual

La mayoría de los entrevistados es decir 49 de 66 músicos aseguraron recibir un ingreso mensual entre los \$ 300 y \$ 700, al relacionar este dato con la edad de la

mayoría, se percibió que además de ser músicos se dedicaban a otras actividades de trabajo que les permitían obtener un ingreso económico, vale señalar que aunque en la entrevista dirigida no se les preguntó si trabajaban o no, en repetidas ocasiones algunos músicos mencionaron que durante el día trabajaban en call centers o en lugares relacionados con la publicidad, mientras que una minoría habló de tener sus propios negocios como productoras de audio por ejemplo, estos últimos precisamente fueron los músicos con las edades mayores dentro del rango estipulado.

D) Nombre de Agrupación

A pesar que la muestra estuvo compuesta por integrantes de bandas de rock con características particulares, todos mostraron disponibilidad para responder las interrogantes en el desarrollo de la entrevista dirigida, esto demostró que los músicos independientemente el subgénero de rock que ejecutaban apoyarían cualquier proyecto que le brindara apoyo al gremio musical del país.²⁸

E) Número de Integrantes

El número de integrantes de las bandas entrevistadas oscilaron entre 4 y 9 personas; las agrupaciones con mayor número de integrantes se desarrollaban en el género musical “rock latino”, mientras que las bandas con menor número se desenvolvían entre los géneros de “metal progresivo” y “power metal”

La diferencia entre el número de miembros fue bastante grande dependiendo el tipo de música que practicaban, siendo está un poco más del doble.

²⁸ Ver listado de las bandas que formaron parte de la muestra en 4.1 Población.

F) Instrumento

Participación dentro de la banda	No de personas entrevistadas
Bajista	12
Baterista	10
Vocalista y guitarrista	10
Cantante	10
Guitarrista	9
Tecladista	8
Percusionista	7

Las entrevistas fueron realizadas a músicos que tenían diferentes participaciones, a pesar de ello para determinar sus puntos de vista en cada respuesta además de ver su conveniencia según el instrumento que tocaban o la participación musical que tenían, también velaron por la conveniencia de sus otros compañeros de banda e incluso por la los músicos de otros grupos musicales.

G) ¿Suele ensayar con su agrupación?

Esta pregunta resultó ser clave dentro del instrumento de recolección de datos, ya que todos los entrevistados sin excepción alguna, respondieron que solían ensayar con su agrupación; al contar con esta aseveración el proyecto de los cuartos de ensayo ya mostraba una ventaja, tomándolo desde el punto de vista que los entrevistados contaban con un tiempo destinado para realizar sus prácticas y al ofrecerles un espacio ideal para eso y con todas la características requeridas que ellos mismo señalarían a lo largo de la entrevista, el proyecto ya contaba con puntos a favor.

H) ¿Con que frecuencia?

La gran mayoría de las agrupaciones ensayaban al menos una vez por semana, sin excederse de tres, lo cual afirma nuevamente la necesidad de un lugar destinado para ensayos.

I) Usualmente, ¿en qué horario ensayan? (Días y horas)

La mayoría de personas dijeron ensayar en horas de la noche y en días de semana, esta información la reforzaron al decir que por motivo de trabajar o estudiar durante el día, se les facilitaba ensayar por las noches, por el contrario la minoría afirmó ensayar días de semana en el transcurso del día, estos pocos dijeron no trabajar y solo estudiar en la mayor parte de los casos, siendo además los entrevistados de menor edad.

J) ¿En donde ensayan? (costo de inversión por el uso del lugar)

Exactamente la mitad de los entrevistados señaló que ensayaban en un estudio de grabación el cual tenían acceso mediante influencias de algunas de los integrantes y en la mayoría de los casos no pagaban ningún valor económico para utilizar el lugar; por otro lado la otra mitad de entrevistados dijeron haber adecuado un espacio en alguna casa de habitación, auxiliándose de materiales factibles según el alcance económico de los integrantes de las agrupación. Al analizar estos dos grupos resultantes en esta pregunta, se puede afirmar que la información común entre los dos es que buscaban la manera de realizar sus prácticas de la manera más económica posible, por lo que al realizarse el proyecto de los cuartos de ensayo, sería indispensable el tomar en cuenta ofrecer los servicios a un precio accesible para los músicos.

K) Usualmente, ¿Cómo se transporta para llegar a su lugar de ensayo?

Al observar que la mayoría de los músicos dijo contar con vehículo propio para transportarse, y al relacionar esta afirmación con las edades y el ingreso mensual de la mayoría, se puede afirmar que gran parte de los entrevistados poseían cierta independencia que les permitía tener un carro de su propiedad para trasladarse de un lugar a otro, desde este momento la necesidad de un parqueo en el lugar de ensayo que se estaba pensando ofrecer, se mostraba latente.

L) ¿Se siente seguro en el lugar donde ensayan?

Más de la mitad de los músicos entrevistados afirmaron que el lugar donde realizaban sus ensayos era bastante seguro, sin embargo mencionaron que se sentirían más cómodos al poder dejar sus instrumentos sin ningún inconveniente; en este último señalamiento se percibió la importancia el valor que los músicos le daban a sus instrumentos, por lo que un espacio para guardar instrumentos se mostraría bastante útil en el proyecto de cuartos de ensayo que se pensaba ofrecerles.

M) ¿Cómo lo haría más seguro?

La mayoría de los entrevistados hicieron saber que el lugar donde ensayan es seguro, algunos de ellos repitieron nuevamente la opción de dejar seguros sus instrumentos y ubicar alarmas, por cuanto se reiteró la importancia y protección que deseaban brindarles a sus instrumentos musicales.

N) Si algún ente del estado creara cuartos de ensayo y brindara el servicio a los músicos nacionales, ¿estaría dispuesto a formar parte de este proyecto?

Es curioso notar que a pesar que todos los entrevistados cuentan con un lugar en donde ensayar, más de la mitad ellos harían uso del nuevo servicio con cuartos de ensayo, esto debido a que en repetidas ocasiones mencionaron que al existir espacios de ensayo con equipo profesional, instalaciones adecuadas, horarios disponibles y precios accesible no dudarían en hacer uso de los servicios. De esta manera, los entrevistados ya empezaron a brindar información que sin duda le daba ventaja al proyecto pensado.

1. Si se creara un lugar para cuartos de ensayo ¿Cómo se imagina la infraestructura del mismo?

Al preguntarles a los entrevistados a cerca de la infraestructura del lugar mencionaron en primera instancia la decoración, número y tamaños de cuartos de ensayo y características específicas de estos últimos (cuartos anti -sonido, diferentes tamaños), esto demostró que dentro del proyecto el espacio de ensayar como tal representaba algo de mucha importancia para ellos.

Posteriormente la mayoría habló del lugar en general, pero en todo momento citaban requerir comodidad, de tal forma que esta debía constituir una característica importante en caso que el proyecto se desarrollara.

2. Además de las salas de ensayo, ¿con que otros servicios debe contar el lugar?

Los músicos mencionaron lugar para comprar comida, esto porque aseguraron que la mayoría ensaya por las noches o en horas en las que requerirían comer o tomar algo; también mencionaron venta de accesorios para instrumentos, taller de reparación de instrumentos, bodega para guardar los mismos, entre otros. Con estos señalamientos se mostró palpable el hecho que la relación del músico con su instrumento era muy importante, por lo que valorarían el que se les ofreciera comodidad y seguridad para mantener sus instrumentos en las mejores condiciones.

Por otro lado hicieron mención de sala de espera, mediateca, acceso a Internet, etc. Esto reflejó que buscaban valores agregados que hicieran placentera y cómoda la visita al lugar.

3. ¿Considera útil la creación de un estudio de grabación dentro del lugar? Si contesta si pasar a la siguiente pregunta, si la respuesta es negativa pasar a la número 5

A pesar que el estudio de grabación no fue mencionado en gran medida en los servicios requeridos a parte de los cuartos de ensayo, en esta pregunta cerca de la mitad de la muestra consideraron útil la creación del mismo, pues aseguraron que en el país muy pocas bandas tenían la oportunidad de hacer grabaciones y no solamente de discos, pues también dijeron que un estudio de grabación les era útil para grabar sus ensayos, a esto agregaron que consideraban que el lograr hacer un buen estudio de grabación no era tan simple, y que generalmente era costoso tanto su creación como su uso. Con estos señalamientos los músicos demostraron que les gustaban las cosas de buena calidad.

4. ¿Cómo visualiza el estudio de grabación? Requisitos mínimos.

La forma en cómo visualizan el estudio de grabación la mayoría de los músicos, fue muy básica e incluso muchos de ellos aseguraron que se conformarían con un mecanismo que les permitiera grabar demostraciones del trabajo musical que realizaban; no obstante hicieron mención de elementos como computadora con programa especializado, consola, micrófonos y amplificadores. Con esto demostraron que a pesar de no requerir de un estudio de grabación complejo, si les gustaría contar con trabajos de grabación bien hechos.

5. En cuanto a instrumentos y equipo de sonido ¿Qué deben poseer los cuartos de ensayo?

Fue curioso observar que los elementos señalados en las respuestas de cada uno de los entrevistados son similares, mencionando consola, micrófonos con stand, amplificadores de bajo, guitarra y teclados. Además de manera muy repetitiva consideraron la necesidad de contar con una batería ya instalada aunque no estuviese completa, este último señalamiento fue mencionado curiosamente por músicos que ejecutaban otro instrumento o que cantaban; por tanto se percibió el pensamiento grupal que mantenían, pues buscaban la conveniencia y comodidad de toda la banda.

6. ¿Qué tipo de equipamiento físico le gustaría que contengan los cuartos de ensayo? (aparte de los instrumentos y equipo de sonido)

Sillón cómodo, mesa para composición musical, alfombra, espejos, iluminación apropiada fueron algunos de los elementos más mencionados. En esta parte de la entrevista dirigida es importante resaltar que los músicos respondieron de manera muy entusiasta y hacían referencia que sería algo sumamente positivo si un lugar de ensayo les brindara todas esas comodidades, con ello se reafirmaba que el proyecto que se estaba planteando, no poseía competencia alguna, pues en el país no contaba con un lugar completo y especializado para ensayos musicales.

7. ¿Qué tipo de profesionales y/o expertos deben de trabajar en los cuartos de ensayo? Describalos

Los factores de género y edad fueron indiferentes para los entrevistados, sin embargo más de la mitad mencionó que sería de suma importancia que las personas que trabajaran en el lugar tuviesen nociones musicales, e idea de cómo manejar el equipo de sonido, por ello se percibió que eran personas bastante exigentes en cuanto música se refiere ya que incluso citaron que al existir un estudio de grabación sería indispensable contar con un buen ingeniero de sonido. Con esta información se percibió además que sus ensayos musicales significaban para ellos algo serio y de mucho valor.

8. ¿En qué zona ubicaría un lugar con cuartos de ensayo? ¿Por qué?

Al observar que el sector escogido por la mayoría de entrevistados se ubicó en los alrededores del Centro Comercial Metrocentro, seguido por la zona del El Salvador del Mundo y la Colonia San Luis, se detectó fácilmente que la ubicación del lugar lo visualizaron en un mismo sector. Vale mencionar que en todo momento justificaron la zonas escogidas por considerarlas conocidas y céntricas por la mayoría de músicos; en estos señalamientos nuevamente se reiteró que buscaban los beneficios en forma grupal y no individual.

9. De acuerdo a la zona escogida, ¿Considera importante la creación de un parqueo?(si contesta sí continuar con la pregunta 11, si contesta no trasladarse a la pregunta 12 y continúe)

Todos los músicos entrevistados respondieron positivamente a esta pregunta, considerando el parqueo indispensable para su seguridad y comodidad, vale recordar que la mayor parte de la muestra contaba con vehículo propio para transportarse por lo que también buscaban velar por tener un lugar seguro para dejar sus vehículo tranquilamente mientras ensayaran.

10. ¿Cómo debe ser este?

El número de espacios para parquear vehículos mostró una variación significativa entre las respuestas que los músicos brindaron. Se consideró que esto se relacionó con las distintas visiones que los músicos dieron al lugar en general, de acuerdo como se imaginaron el lugar en cuanto a tamaño así se imaginaron el parqueo, ya que incluso en repetidas ocasiones hicieron cálculos de cuantos vehículos deberían tener su parqueo de acuerdo al número de cuartos de ensayo; en ese punto hicieron énfasis e que lo ideal es que cada banda se pusiera de acuerdo para llevar el menor número de carros posibles para no saturar el parqueo. Con este señalamiento reiteraron la importancia de la comodidad no solo para ellos mismos sino para los demás músicos de otros grupos musicales incluso.

Como requerimiento importante, fue interesante saber que la mayoría consideró de mucha relevancia contar con un área para la descarga de instrumentos, con ello reafirmaron su necesidad por gozar de comodidad incluso en el área de parqueo.

11. ¿Si existiera un lugar con las características que antes mencionó estaría dispuesto a hacer uso del servicio? ¿Por qué? Si contesta que no pasar a la pregunta 16.

La mayor parte de los entrevistados contestó positivamente a esta interrogante, justificaron su respuesta mencionado que al contar con instrumentos y equipo especializado, disponibilidad de horario e instalaciones adecuadas representaban para ellos características importantes que los impulsarían a convertirse en usuarios del proyecto. También enriquecieron sus respuestas diciendo que un lugar de ensayo especializado los encaminaría a lograr un mejor desarrollo musical, este comentario lo hicieron incluso algunos músicos que usarían el servicio solamente para emergencia puesto que no pensaban moverse del lugar de ensayo que utilizaban en ese momento.

Al analizar en conjunto la información mencionada, se descubrió que a el crecimiento musical en los entrevistados representaba un deseo latente, independientemente si las bandas tenían presentaciones frecuentes o no, por ello apreciarían el hecho de brindarles la opción de ensayar en espacios especializados con equipo e instrumentos de calidad.

12. En el caso específico de su banda ¿Necesita que todos los cuartos estén equipados o podría únicamente alquilar las salas vacías?

La mayor parte de los músicos entrevistados, aseguró que como banda estarían interesados en alquilar salas equipadas, vale mencionar que al decir equipadas, se referían a que contaran con una batería y un amplificador instalados como mínimo. Para los que aseguraron requerir salas vacías en ocasiones mencionaron la opción de poder alquilar instrumentos. En general en esta pregunta se observó que el tipo de sala que desearían alquilar para ensayar varió según el estilo de música que ejecutaban.

13. ¿Con que frecuencia haría uso del servicio?

A pesar que al inicio de la entrevista dirigida la gran mayoría de las agrupaciones dijeron ensayar al menos una vez por semana, sin excederse de tres, en esta parte de la entrevista los interesados en el proyecto planteado aseguraron que harían uso del mismo por lo menos dos veces por semana o si era posible tres, esto demostró que al ofrecerles espacios de ensayo aumentarían incluso la frecuencia con la que usualmente ensayaban; por tanto el proyecto mostraba bastante aceptación ya que se percibió que los músicos valorarían las características y los beneficios que ningún otro lugar en el país les podía ofrecer en ese momento.

14. ¿De qué manera programaría sus ensayos?

En igual proporción se mencionaron las opciones de programar ensayos por día, semanal y mensual, esto reflejó que cada entrevistado propuso una forma de

programación de acuerdo a la conveniencia de la banda a la que pertenecían; independientemente de ello todos hicieron sus propuestas de manera fluida.

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar como banda? Y ¿de qué manera realizarían el pago?

Al inicio de la entrevista dirigida se descubrió que muchos de las bandas no pagaban ningún precio en el lugar donde ensayaban, tomando en cuenta que era o un estudio de grabación o la casa de alguno de los integrantes; sin embargo, al preguntarles cuánto dinero estarían dispuestos a pagar por utilizar los cuartos de ensayo planteados, los que visualizaron un precio por hora mencionaron con frecuencia \$10.00 y \$20.00 y los que hablaron de precio mensual citaron un pago entre \$80.00 y \$180.00, esto demostró que con tal de obtener los beneficios que ellos mismos encontraron en el proyecto de cuartos de ensayo, estarían dispuestos a reunir dinero entre los integrantes de la banda para poder utilizar los servicios; en este punto es importante recordar que la frecuencia de sus ensayos sería 2 veces por semana en la mayoría de casos.

Hicieron énfasis que esperarían que al ser un proyecto del gobierno el precio fuese accesible, pero que de igual manera estarían dispuestos a dar un aporte económico en beneficio del mantenimiento del proyecto.

En cuanto a la manera de pago, los músicos que aseguraron que sus bandas harían uso del servicio, señalaron que gustaría hacer el pago de forma mensual, eso demostró que se visualizaban como usuarios formales y responsables.

16. ¿Cuál sería su opinión, si CONCULTURA desarrollara el proyecto "Cuartos de Ensayo para Músicos de Rock Nacional"

Al obtener una respuesta positiva por el 100% de los entrevistados, reflejó que el proyecto tenía las posibilidades de tener éxito, recordando que debían tomarse en cuenta todos las características y requerimientos que los músicos propusieron a lo largo de la entrevista. Otra de las cosas importantes que

mencionaron es que al crear un proyecto con perfil musical ellos se sentirían tomados en cuenta, con esta afirmación dieron a conocer la carencia de apoyo con la que contaban. También hicieron énfasis que en caso que algún ente del gobierno desarrollara el proyecto, por su parte lo valorarían el hecho y le atribuirían una imagen positiva; sin embargo, algunos hicieron énfasis en la importancia del mantenimiento del proyecto, pues aseguraron que generalmente en el país luego de inauguradas algunas instituciones, no se les daba el seguimiento debido para su buen funcionamiento. De esta manera se percibió que los posibles usuarios del proyecto también contaban con un alto sentido crítico.

17. ¿Por cuáles medios usted se informa acerca de la oferta de servicios, productos o cualquier actividad relacionada con la música?

El internet fue el medio de comunicación mencionado por todos los músicos, seguido por el “boca en boca” es decir, comentarios entre los mismos músicos. También fueron considerados los afiches y volantes expuestos en lugares relacionados con la música. Los medios de comunicación masiva como prensa escrita, televisión y radio también fueron mencionados pero en menor medida, pues consideran que estos no brindan el apoyo necesario al gremio musical. Con estos señalamientos se pudo percibir que el gremio musical estaba en constante comunicación, pues buscaban compartir y recibir información relacionada con su arte, de las maneras que estuvieran a su alcance, todo ello con la voluntad de innovarse y apoyarse entre los mismos artista.

Por otro lado fue notoria la inconformidad que tenían con medios como prensa escrita, televisión y radio, ya que aseguraron que no les prestaban mayor importancia a las cosas relacionadas con la música nacional.

18. ¿Cuál prefiere?

Confirmando las respuestas de la pregunta anterior el medio que prefieren las personas interesadas es el Internet, aunque afirmaron que les gustaría que

medios masivos como radio, televisión y prensa escrita divulgaran todo lo relacionado con la música nacional. Al expresar esto último, demostraron que a pesar de sentir algún tipo de rechazo por los medios masivos, se sentirían alagados que éstos los tomaran en cuenta prestándole mayor atención al gremio musical de El Salvador.

19. Según su criterio ¿Cuál sería la mejor manera de dar a conocer este servicio?

La mayoría considero importante hacer uso de todos los medios masivos para dar a conocer el servicio, rigurosamente haciendo uso del internet, debido a que como se vio anteriormente era el medio mas utilizado en estos momentos. Nuevamente con esta respuestas reafirmaron su deseo de que los medios de comunicación como prensa, radio y TV divulgaran información relacionada con la música nacional, particularmente el nuevo proyecto, esto reflejó que ellos valorarían el hecho de que estos medios se preocuparan por infórmalos a ellos como músicos y con eso se sentirían tomados en cuenta.

Por otro lado, no dejaron de mencionar medios como afiches, publicidad en conciertos o tiendas musicales.

Por todo lo expuesto anteriormente, lo ideal es que al hacer realidad el proyecto de cuartos de ensayo, se tomen en cuenta todos lo medios mencionados por los entrevistados para dar a conocer el servicio.

5.3 CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

5.3.1 OBJETIVO GENERAL (1)

- Determinar la factibilidad de creación de cuartos de ensayo para músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.

5.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVO ESPECÍFICO (1)

Conocer el nivel de aceptación de cuartos de ensayo entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.

Cumplimiento: Este objetivo se cumplió gracias a las respuestas brindadas por parte de la muestra, en las preguntas 11, 13, 14, 15 y 16 de la entrevista dirigida, las cuales buscaron conocer impresiones que determinarían la aceptación o no aceptación del proyecto.

En el caso de la pregunta 11, se les preguntó a los entrevistados que si al existir un lugar de ensayo con las características mencionadas a lo largo de la entrevista, estarían dispuestos hacer uso del servicio y por qué, a tal interrogante la mayor parte de los entrevistados contestaron positivamente ya que consideraron que si dichos cuartos ofrecían el equipo especializado (instrumentos y equipo) para sus ensayos, eso podría representarles oportunidad de crecimiento pues escucharían a su banda de una mejor manera y esto los haría crecer como músicos, además valoraron la ventaja de tener disponibilidad de horario y acceso a equipo especializado, evitando el hecho de molestar a vecinos, además visualizaron en el proyecto como una oportunidad para establecer contactos.

Es importante resaltar que muchas de las bandas que ya contaban con un lugar fijo a donde ensayar afirmaron que harían uso del servicio ya que lo veían como una oportunidad para lograr un mejor desarrollo musical debido a los elementos

altamente profesionales que se les podrían ofrecer y de igual manera podrían utilizarlo en casos de emergencias.

En la pregunta número 13 se les preguntó a cerca de la frecuencia con la que harían uso del servicio, más de la mitad de los que formarían parte del proyecto, aseguraron que ensayarían dos veces por semana como mínimo; además 45 personas que harían uso del servicio lo utilizarían entre 3 a 4 horas por ensayo, el resto dijo que lo usaría al menos 2 horas por día, tomando en cuenta que los días a utilizar el lugar resultaron variar según la necesidad de cada banda.

En relación a la pregunta 14, se les cuestionó la forma en que programaría los ensayos, y aunque se mencionaron tres formas de pago diferentes (Reservación por día, reservación semanal y calendario mensual), los entrevistados propusieron las formas de pago de manera muy fluida, reflejando así el interés hacia servicio.

En la pregunta 15 se les preguntó cuánto dinero estarían dispuestos a pagar como banda y de qué manera realizarían el pago, los precios señalados por parte de los entrevistados variaron de manera considerable, lo cual se relacionó con los ingresos económicos que los músicos dijeron tener, además consideraron que si era un proyecto del estado el precio debía ser accesible, sin embargo no pusieron ninguna objeción al tener que cancelar alguna cantidad de dinero para el mantenimiento del proyecto.

OBJETIVO ESPECÍFICO (2)

Identificar la importancia de las características de los cuartos de ensayo en la decisión de uso entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.

Cumplimiento: Este objetivo fue cumplido luego de analizar los resultados obtenidos en el espacio de la entrevista dirigida destinado a conocer las necesidades de la muestra en cuanto a características del servicio, las

preguntas que extrajeron tal información fueron desde la pregunta 1 hasta la pregunta 7, incluyendo además la pregunta 10 y 12.

Al preguntarles a los entrevistados cómo se imaginaba la infraestructura de un lugar para cuartos de ensayo, se percibió mucho entusiasmo en las respuestas, ya que los músicos brindaron una información bastante integral, mencionando el tipo de decoración que les gustaría, el número de cuartos de ensayo y detalles de la infraestructura en general; sin necesidad de repreguntar la mayoría dieron sus respuestas fluidas.

En la pregunta 2, se les preguntó sobre otros servicios que según su criterio debía tener el lugar a parte de los cuartos de ensayo, a la interrogante la mayoría visualizó al proyecto como una institución formal que apoyaría enormemente al gremio musical salvadoreño, por ello le dieron importancia otros servicios complementarios que según ellos enriquecerían sus ensayos; entre estos mencionaron: venta de accesorios para instrumentos (cuerdas, uñetas, pergaminos, baquetas, platos etc.) y música (nacional o poco común), sala de estar o espera, estudio de grabación, taller de reparación de instrumentos, recepción, bodega para guardar instrumentos, acceso a internet, alquiler de instrumentos o equipo de sonido, seguridad, espacio para realizar conciertos, entre otros.

En la pregunta 3 al preguntarles que si consideraban útil la creación de un estudio de grabación dentro del lugar, un poco más de la mitad consideraron útil este recurso dentro del lugar, a pesar que el resto de entrevistados no lo consideraron adecuado, justificaron sus respuestas al afirmar que en el país frecuentemente los trabajos de grabación se muestran de baja calidad y a un alto precio, con dicha aseveración reflejaron que les importaba mucho hacer un buen trabajo musical, por lo que preferían que el proyecto estuviese constituido por un servicio de calidad y con espacios realmente funcionales. En la siguiente pregunta se les cuestionó cómo visualizaban un estudio de grabación dentro del

proyecto, a la interrogante respondieron que se conformaban con un “mini estudio de grabación” con los requisitos mínimos pero de alta calidad.

En la pregunta número 5, al preguntarles qué debían poseer los cuartos de ensayo en cuanto a instrumentos y equipo, la mayoría de entrevistados independientemente de la función que desempeñaban en cada grupo, le atribuyeron importancia al hecho de contar con una batería y un amplificador de bajo ya instalados en los cuartos de ensayo, con ello se percibió que les importaba mucho señalar algunos requisitos específicos para realizar bien sus ensayos.

Por otra parte además de los instrumentos y equipo, en la siguiente pregunta se les cuestionó qué tipo de equipamiento físico les gustaría tener en los espacios de ensayo, en relación a esto mencionaron: Sillón cómodo dentro de cada sala, mesa para composición musical, alfombra, iluminación apropiada, reproductor de discos, adecuada instalación eléctrica, oasis con bebida, refrigeradora, acceso a internet y espejos. Al citar los elementos mencionados, demostraron alto interés por las características del lugar.

En cuanto a los profesionales o expertos que según ellos debían trabajar en el lugar, (pregunta 7) tomando en cuenta que el recurso humano se consideró como parte de las características del lugar, los entrevistados le prestaron bastante atención a los empleados que trabajarían dentro del proyecto, y aunque sus exigencias no giraron en torno a edad y género, si le atribuyeron importancia que tuvieran algún criterio musical.

En la pregunta número 10, se les preguntó a cerca de las características que según su criterio debía poseer el parqueo, a este cuestionamiento los entrevistados atribuyeron bastante importancia al factor seguridad(vigilancia), y completaron sus respuestas mencionando la necesidad de un área adecuada para la descarga de instrumentos. Y en cuanto a la pregunta 12, se les preguntó

si necesitarían salas vacías o con instrumentos, en este espacio se logro percibir que lo requerido por los músicos varió según la necesidad de cada banda, sin embargo la mayoría se inclinaron por salas de ensayo equipadas, es decir con una batería y un amplificador de bajo ya instalados como mínimo.

En general, todas las respuestas expuestas anteriormente demostraron que los músicos le atribuyeron bastante atención a las características de los cuartos de ensayo para decidir si los usarían o no.

OBJETIVO ESPECÍFICO (3)

Descubrir la influencia de la ubicación de cuartos de ensayo en relación a su uso, entre los músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.

Cumplimiento: Se descubrió la influencia de la ubicación de cuartos de ensayo en relación al uso de los posibles clientes, gracias a la información que ellos mismos brindaron en las preguntas 8 y 9 del instrumento de recolección de datos.

En el caso de la pregunta número 8 se les cuestionó en qué zona ubicaría el lugar con los cuartos de ensayo y por qué. El sector escogido por la mayoría de entrevistados se ubicó en los alrededores del Centro Comercial Metrocentro, seguido por la zona del El Monumento de El Salvador del Mundo y la Colonia San Luis. Otros sectores tomados en cuenta en menos medida fueron los alrededores del Centro de Ferias y Convenciones, La Colonia Escalón, la Zona Rosa y el sector de la Universidad Nacional. Todas estas zonas fueron escogidas por los músicos entrevistados debido a ser consideradas céntricas, seguras, conocidas por la mayoría de las personas y accesibles en relación al transporte público.

En relación a la pregunta número 9, se les cuestionó si consideraban importante la creación de un parqueo de acuerdo a la zona escogida, al lo que todos respondieron positivamente, ya que argumentaron que el parqueo sería

indispensable para su seguridad y comodidad, tomando en cuenta que la mayoría se trasladarían en vehículo.

Definitivamente con la información mencionada anteriormente, los músicos relacionaron la ubicación con un parqueo para asegurar el uso del proyecto.

5.4 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

La investigación se realizó de tipo híbrida, por ello cada una de las respuestas en las preguntas que conformó la entrevista dirigida fueron analizadas a profundidad y en conjunto para determinar cuáles hipótesis eran aceptadas.

5.4.1 Validación de hipótesis.

5.4.1.1 Hipótesis General

La creación de cuartos de ensayo es factible entre los músicos pertenecientes a una banda de rock nacional de San Salvador.

5.4.1.2 Hipótesis Específicas

H1 Los cuartos de ensayo poseen un nivel de aceptación alto entre músicos pertenecientes a una banda de rock nacional de San Salvador.

Según las respuestas obtenidas en las preguntas 11, 13, 14, 15 y 16 de la entrevista dirigida, la mayoría de músicos afirmó que haría uso del servicio si el lugar contara con las características que ellos mismos señalaron; además, comentaron que la frecuencia de uso sería constante y periódica, reforzando tal afirmación al hablar de calendarización de ensayos lo cual reflejó su deseo por utilizar el lugar mes a mes.

Por otro lado los músicos se mostraron receptivos al hecho de cancelar cierta cantidad de dinero con tal de obtener los beneficios de los cuartos de ensayo.

En otro tema, todos los entrevistados señalaron que el proyecto sería de gran ayuda para los músicos nacionales, viendo con buenos ojos que la iniciativa fuese apoyada por un ente del estado como CONCULTURA. Dicho todo lo anterior se afirma que la hipótesis específica 1 es aceptada.

H2 La importancia de las características de los cuartos de ensayo es muy alta en la decisión de uso entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador.

De acuerdo a las respuestas obtenidas en las preguntas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 10 y 12, los entrevistados indicaron cómo les gustaría que fuesen los cuartos de ensayo prestando bastante atención a factores indispensables según su criterio, haciendo de los cuartos fáciles y cómodos para su desarrollo musical. Al hablar de tales factores, se referían a equipamiento de sonido e instrumentos.

Por otro lado los entrevistados mencionan otros servicios que no les ofrecían en otros lugares de ensayo, por ejemplo: cafetería, venta de accesorios, mediateca, parqueo con área para descarga de instrumentos, entre otros. Por tanto al contar el proyecto con tales servicios, impulsaría a los músicos a utilizar los espacios para ensayo.

Entre otros factores que mencionaron los músicos, se encuentra el tamaño de los cuartos, el equipamiento físico y el recurso humano que brindaría su aporte dentro del lugar.

Por tanto se afirma que todos los factores antes mencionados impulsarían a la decisión de uso del servicio en general.

De acuerdo a los antes mencionado, se acepta la hipótesis 2.

H3 La ubicación de los cuartos de ensayo influye positivamente en el uso de éstos entre los músicos pertenecientes a una banda de rock nacional de San Salvador.

Según las respuestas de las preguntas 8 y 9 de la entrevista dirigida la zona escogida por los músicos entrevistados fue considerada céntrica, segura, conocida por la mayoría de las personas y accesible para los que se trasladan por medio de transporte público; la mayoría hizo énfasis que la accesibilidad era la principal razón por la que escogían la zona señalada, representando esto un punto a favor para el uso del servicio.

Además, la creación de un parqueo se consideró como parte de la accesibilidad al proyecto, ya que la mayoría se traslada en vehículo propio y el contar con un lugar para parquear el vehículo mientras ensayan, representaría seguridad según los músicos.

Por lo anteriormente expuesto, se acepta la hipótesis 3 planteada en la investigación.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES

Al finalizar la investigación que llevó por título "Estudio de factibilidad para la creación de cuartos de ensayo para músicos de rock nacional. Elaboración de plan de mercadeo para comercializarlo", se concluyó que los cuartos de ensayo poseían un nivel de aceptación alto entre músicos pertenecientes a una banda de rock nacional de San Salvador, esto debido a que al existir un lugar que tuviese espacios de ensayo con las características que ellos mismos señalaron, la mayoría aseveró aceptar el proyecto.

Además de esto, la oportunidad de crecimiento musical y el hecho de poder escuchar a su banda de mejor manera gracias al equipo especializado que se les podría ofrecer, fueron factores que contribuyeron a la aceptación de los espacios de ensayo planteados. También, la aceptación se vio reflejada en la frecuencia de uso que los músicos podrían tener de los cuartos de ensayo, ya que la mayoría afirmó que ensayarían de 3 a 4 horas diarias, dos veces a la semana como mínimo.

Por otro lado, se pudo afirmar que la importancia de las características de los cuartos de ensayo era muy alta en la decisión de uso entre músicos pertenecientes a bandas de rock nacional de San Salvador, ya que de manera bastante uniforme, señalaron cuartos que aislaran el sonido, con un espacio que les garantizara comodidad y con equipo e instrumentos de calidad, eran características fundamentales que influirían en la decisión de uso del proyecto.

Se concluyó además, que los componentes del interior de los cuartos de ensayo, fueron elementos a los que se les dio bastante relevancia, entendiéndose estos también como características mismas del proyecto. En este punto se concluyó también que los requerimientos de los cuartos de

ensayo(tamaño, instrumentos, equipo e equipamiento), se relacionaron directamente con el número de integrantes de las bandas y el tipo de música que desarrollaban; cabe mencionar que los entrevistados dieron mucha mas importancia al equipo técnico, conformándose con muy poco al hablar de equipamiento físico(sillones ,mesa, decoración).

Por otra parte; espacios complementarios como una cafetería, sala de espera, tienda de música y parqueo adecuado, se mostraron como valores agregados que los motivarían a los músicos a formar parte del proyecto, entrando estos de igual manera en las características de los cuartos de ensayo.

En otro tema, se concluyó que la ubicación de los cuartos de ensayo influía positivamente en el uso de éstos entre los músicos pertenecientes a una banda de rock nacional de San Salvador, pues al momento de pensar en el lugar físico del proyecto, los entrevistados tomaron en cuenta áreas céntricas y accesibles para el transporte público, siendo los alrededores de La Colonia San Luis, Metrocentro Y Redondel Salvador del Mundo, los más mencionados.

También, mencionaron un parqueo con seguridad y área para descarga de instrumentos, fue tomado en cuenta como parte de la ubicación del lugar.

Entre otras conclusiones, fue posible aseverar que desde el momento en que la mayor parte de los entrevistados expresó querer despreocuparse de cosas básicas (uñetas, cuerdas de guitarra, lugar para guardar instrumentos, horarios de ensayo, etc.) y dedicarse únicamente a ensayar, determinó el factor comodidad como requerimiento importante.

En cuanto al recurso humano que debía estar a cargo del proyecto, se pudo concluir que estos necesitan contar obligatoriamente con un criterio musical, pues fue algo primordial para los entrevistados, siéndoles indiferente la edad y el sexo.

Entre otros aspectos, se concluyó que la necesidad de lugares especializados de ensayo, que permitieran el crecimiento musical, condujo a los entrevistados a darle el visto bueno al proyecto planteado en un 100%, incluidas las personas que ya contaban con un lugar en donde realizar sus prácticas, agregando en este mismo punto, que al ser un proyecto del estado se le atribuiría una imagen positiva al gobierno, debido a estar apoyando al un movimiento artístico nacional.

Finalmente, se concluyó que el internet, acciones que propiciaran el “boca en boca” entre los músicos y los afiches deberían ser los medios de comunicación de mayor uso al momento de dar a conocer el proyecto, en caso que fuese realizado; esto debido a que los entrevistados señalaron estos medios como los más utilizados al momento de informarse sobre productos y servicios relacionados con la música; sin embargo, otros medios como prensa escrita y radio podrían servir de gran ayuda para difundir el proyecto y en la misma acción, harían sentir su apoyo al rubro de músicos salvadoreños, debido a tratarse de medios que poca atención prestaban a este movimiento.

CAPÍTULO VII

7. PLAN DE SOLUCIÓN

El trabajo se culminó con el desarrollo de un plan de mercadeo para comercializar el servicio, en caso que se decida desarrollar el proyecto.

El plan de mercadeo tuvo como base los resultados obtenidos luego de la investigación, tomando especial importancia a los gustos y preferencias expresadas por los entrevistados.

Se pretendió que CONCULTURA tomara como base la investigación y el estudio de mercado, para la creación del servicio propuesto, ya que esto reflejaría el éxito del estudio y la importancia de su realización.

El fin último de esta investigación fue descubrir que tan factible sería la creación de cuartos de ensayo y crear a raíz de lo obtenido un estudio de mercado para impulsarlo, por lo cual de ser llevado a cabo el proyecto se estaría concluyendo con éxito el esfuerzo realizado, a parte de lograr completar el proceso de graduación.

PLAN DE MERCADEO

1. Antecedentes

Al conocer que el proyecto de cuartos de ensayo para músicos de rock nacional resultó ser factible, se muestra indispensable plantearse un plan de comunicación que pueda dar a conocer el nuevo servicio. Para poder plantearse un plan efectivo, es importante recordar los factores que determinaron la factibilidad del proyecto.

En primer lugar los cuartos de ensayo obtuvieron una alta aceptación entre los músicos, pues mencionaron que en el país no existía ningún lugar parecido que les ofreciera oportunidades de realizar sus prácticas musicales acompañadas de tantos beneficios; entre estos señalaron el acceso a instrumentos y equipo especializado, horario conveniente, oportunidad de establecer contactos con otros músicos, entre otros. Por ello, aseguraron que harían un uso frecuente del lugar y que estarían dispuestos a realizar una programación previa de ensayos e incluso podrían reunir dinero entre los integrantes de las bandas a las que pertenecían, para dar un aporte económico independientemente si el proyecto era impulsado por un ente del estado.

En segundo lugar, los músicos le brindaron mucha importancia a las características con las que según su criterio debía contar el proyecto; lo visualizaron como una institución formal integrada por servicios complementarios que les garantizaran comodidad. Hicieron énfasis en la calidad de equipo, instrumentos y servicios en general, sin dejar a un lado a empleados capaces con criterio musical. Brindaron además especificaciones en lo que a infraestructura se refiere incluyendo parqueo y características del mismo.

En tercer lugar los entrevistados aseveraron que la ubicación influía positivamente en su decisión de uso, lo cual se comprobó al observar que según su criterio la institución debía estar ubicada en un lugar céntrico y conocido por

la mayoría de músicos, de tal manera que a todos se les facilitara llegar al lugar.

Lo mencionado anteriormente se ha tomado en cuenta para realizar el plan de mercadeo que divulgara el proyecto en su lanzamiento y mantenimiento; por ello las estrategias han tenido como ingredientes principales los requerimientos que los entrevistados señalaron en relación al proyecto de cuartos de ensayo. Así también, al momento de hacer el plan del mercadeo se le dio importancia a la percepción que se obtuvo en relación a la personalidad de los posibles usuarios ya que la entrevista dirigida como instrumento de recolección de datos permitió un contacto directo.

Información como sus gustos preferencias en cuanto a medios de comunicación fueron datos que también se obtuvieron y se tomaron en cuenta en el plan de mercadeo.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

- Crear un plan estratégico que ayude a comercializar el proyecto de cuartos de ensayo para músicos de rock nacional.

2.2 Objetivos Específicos

- Informar al público meta acerca del proyecto "cuartos de ensayo para músicos de rock nacional".
- Persuadir a las personas que conforman el mercado objetivo para que utilicen el proyecto "cuartos de ensayo para músicos de rock nacional".
- Mantener presente en la mente de los usuarios el proyecto "cuartos de ensayo para músicos de rock nacional".

- Evaluar la efectividad del plan de comercialización del proyecto "cuartos de ensayo para músicos de rock nacional".

3. Definición del servicio

El lugar que prestará el servicio de cuartos de ensayo llevará por nombre "Espacios de Ensayo Chente Sibrián" ²⁹

Logo:



Tal como su nombre lo indica "Espacios de Ensayo Chente Sibrián" buscará brindar espacios especializados destinados para realizar ensayos musicales.

²⁹ Leyenda del rock salvadoreño, quien sufrió en su niñez la grave enfermedad de la poliomielitis, este mal lo condenó a estar atado de por vida a una silla de ruedas. Sus limitaciones físicas son serias, pero eso no lo detuvo para que hiciera su carrera de rockero desde 1967 hasta 1996, año en que dejó los escenarios. Actualmente, a sus 61 años, es profesor de música. Con mucho esfuerzo logró dominar instrumentos como la armónica, la guitarra y el bajo. Estos instrumentos de cuerda los tuvo que conquistar de acuerdo a sus posibilidades. Sibrián empezó a tocar en el año 1967 con la banda Thorns (Espinass). Luego empieza con Bronco, con este grupo lograría grabar algún material discográfico.

"ESPACIOS DE ENSAYO CHENTE SIBRIAN"

Estos espacios deberán contar con elementos básicos para satisfacer las diferentes necesidades de los potenciales usuarios, para ello se ha pensado en la adecuación de cuartos que cuenten con diferente equipamiento y tamaño.

Dichos cuartos se dividen en las siguientes categorías:

Cuadro 1.

	Premium	Standard
Grande	GP (Nombre simplificado) Cuarto para nueve a diez personas, batería, dos amplificadores de guitarra, uno de bajo, uno de teclado, consola, cinco stands con micrófonos, dos bocinas, monitores, percusiones, aire acondicionado, nueve bancos, una mesita para composición, alfombra, iluminación apropiada, adecuada instalación eléctrica, sillón.	GS (Nombre simplificado) Cuarto para nueve a diez personas, batería y amplificador de bajo, nueve bancos, una mesita para composición, aire acondicionado, alfombra, iluminación apropiada, adecuada instalación eléctrica, sillón cómodo
Mediano	MP (Nombre simplificado) Cuarto para cuatro a cinco personas, batería, amplificador de guitarra, amplificador de bajo, amplificador de voz, dos stands con micrófonos, amplificador de teclado o de otra guitarra, cuatro bancos, aire acondicionado, mesita para composición, iluminación apropiada, adecuada instalación eléctrica.	MS (Nombre simplificado) Cuarto para cuatro a cinco personas, batería y amplificador de bajo, cuatro bancos, aire acondicionado, mesita para composición, iluminación apropiada, adecuada instalación eléctrica.

Todos los cuartos deberán estar tratados acústicamente, con materiales profesionales para aislar sonido, además de contar con una adecuada instalación eléctrica, la cual brindará la protección debida a los instrumentos y equipo, así como también contarán con espacios ideales para ser usados por personas con capacidades especiales.

Con el servicio de cuartos de ensayo, se buscará primordialmente satisfacer la necesidad que poseen los artistas nacionales de contar con un lugar especializado para realizar sus prácticas musicales.

Además de satisfacer esta necesidad primordial, el servicio ofrecerá ciertos **beneficios** como:

- Acceso a equipo de sonido profesional: los cuartos contarán con equipo de sonido de calidad, trabajando con marcas de prestigio y altamente posicionadas como Marshall, Sennheiser, Tama, Zildjian.
- Horarios a conveniencia: el proyecto estará abierto al público en horas en las que usualmente ensayan los músicos.
- Oportunidad de crecimiento musical: debido a tener acceso a equipo especializado, a relacionarse con otros músicos y contar con la posibilidad de ensayar constantemente, los usuarios experimentaran un claro fortalecimiento musical.
- Precio accesible en relación a la calidad: tomando en cuenta todo lo que el servicio ofrece, el precio a cobrar pasará a ser algo simbólico.
- Excelente alternativa para alquiler de instrumentos: los músicos tendrán la posibilidad de alquilar equipo calificado de muy buena calidad.
- Asistencia por parte de profesionales: el equipo de trabajo que brindará soporte dentro de las instalaciones, esta conformado por personal con amplios conocimientos musicales.
- Total apoyo al movimiento musical de El Salvador: existiendo tan pocos espacios de apoyo, este servicio representará un impulso grande para los artistas, y al ser promovido por un ente del estado (CONCULTURA), les brindará la oportunidad de obtener mayor prestigio como artistas.

- Seguridad: los músicos podrán realizar sus ensayos sin preocuparse por su seguridad, a parte de esto se brindará la opción de guardar sus instrumentos en el lugar.
- Diferentes formas de pago, adecuadas a cada necesidad: las opciones de pago estarán creadas de tal forma que les serán accesibles a los músicos.
- Comodidad: el proyecto contará con todos los elementos necesarios para que la visita de los usuarios sea totalmente placentera y reconfortante.
- La oportunidad de grabar demos u ensayos: el servicio contará con un espacio destinado para realizar grabaciones.

Por otro lado, a parte de los cuartos de ensayo este proyecto contará con una gama de **servicios complementarios**, los cuales fortalecerán al servicio principal.

Dichos servicios serán los siguientes:

- Parqueo: el cual poseerá una capacidad para doce carros, además contará con un área destinada para la descarga de instrumentos, conformada por una rampa la cual facilitará el transporte de los mismos.

Tomando en cuanto la posibilidad que existan músicos con capacidades especiales, el estacionamiento contará con parqueos para estas personas.

- Lugar para comprar comida: en el caso que los usuarios desearan tomar un refrigerio, el lugar contará con una cafetería en la cual los músicos podrán tener acceso a alimentos y bebidas, esta fue pensada debido a la diversidad de horarios en los cuales el servicio será utilizado.
- Tienda de accesorios y música: espacio destinado a la comercialización de accesorios para instrumentos musicales, ayudando así a solventar emergencias que se susciten durante los ensayos, además de esto estarán a la venta producciones musicales de bandas nacionales y agrupaciones internacionales poco usuales dentro de El Salvador.

- Sala de estar o de espera: lugar en el cual los músicos podrán permanecer ya sea antes, durante o después de sus ensayos, este contará con televisor y revistas, siempre relacionadas con el tema musical, además de servir como espacio de información de eventos, promociones y actividades musicales.
- Mediateca musical: servicio que brindará la opción de alquiler de libros, discos y videos que fomentarán la cultura y ayudarán al desarrollo musical de los artistas.

3.1 Horarios.

De lunes a viernes de 11:00 A.M. a 12:00 A.M.

Sábados y domingo de 9:00 A.M. a 6:00 P.M.

Ambos horarios funcionarán sin cerrar al mediodía.

3.2 Garantía.

El servicio contará con la garantía de poseer equipo especializado en buen funcionamiento, además de asegurar la protección de los instrumentos propios del usuario, esto quiere decir que de darse alguna falla ya sea eléctrica o de funcionamiento del equipo ofrecido, que dañe los instrumentos personales del músico, la garantía cubrirá los gastos de reparación. Por otra parte si algún elemento dentro del cuarto llegase a fallar, deberá ser sustituido.

Al momento que el músico contrate el servicio, deberá firmar un contrato en el cual el usuario se comprometerá a responder por cualquier daño causado a las instalaciones y/o equipo.

3.3 Programación.

El servicio de cuartos de ensayo estará a la disposición del músico cuando el desee o necesite realizar sus ensayos, tomando en cuenta que la programación podrá hacerla de tres formas diferentes:

Programación Mensual.

Dos veces a la semana por 2 o 3 horas, con opción a una hora extra.

Tres veces a la semana por 2 o 3 horas, con opción a una hora extra.

Programación por día.

2-3 horas por día, con opción a una hora extra.

4. Definición de la Plaza

Los cuartos de ensayo estarán ubicados en un edificio de dos plantas³⁰, el cual tendrá la capacidad para seis cuartos, tres de tamaño grande y tres de tamaño mediano³¹, dicho edificio poseerá una decoración musical, no obstante neutral.

Esto quiere decir que no estará inclinado a un género de música determinado, con el fin de ofrecer un ambiente agradable a todo tipo de usuarios.

El edificio estará localizado en la Colonia San Luis, cerca del Centro Comercial Metrocentro.

En la primera planta³² estará ubicada la recepción, la cual tendrá el objetivo de brindar atención al cliente y recibir el pago de los servicios, dos cuartos Grandes Standard, dos cuartos medianos Standard, bodega y servicios sanitarios.

Dentro de la bodega se almacenarán los productos que harán posible el funcionamiento del servicio.

En la segunda planta³³ se encontrará ubicado un cuarto grande Premium con mini estudio de grabación, un cuarto mediano Premium, cafetería, tienda de

³⁰ Ver Dibujo 1, Vista Frontal.

³¹ Ver Cuadro 1

³² Ver Dibujo 5, Vista Lateral.

³³ Ver Dibujo 3, Vista Aérea.

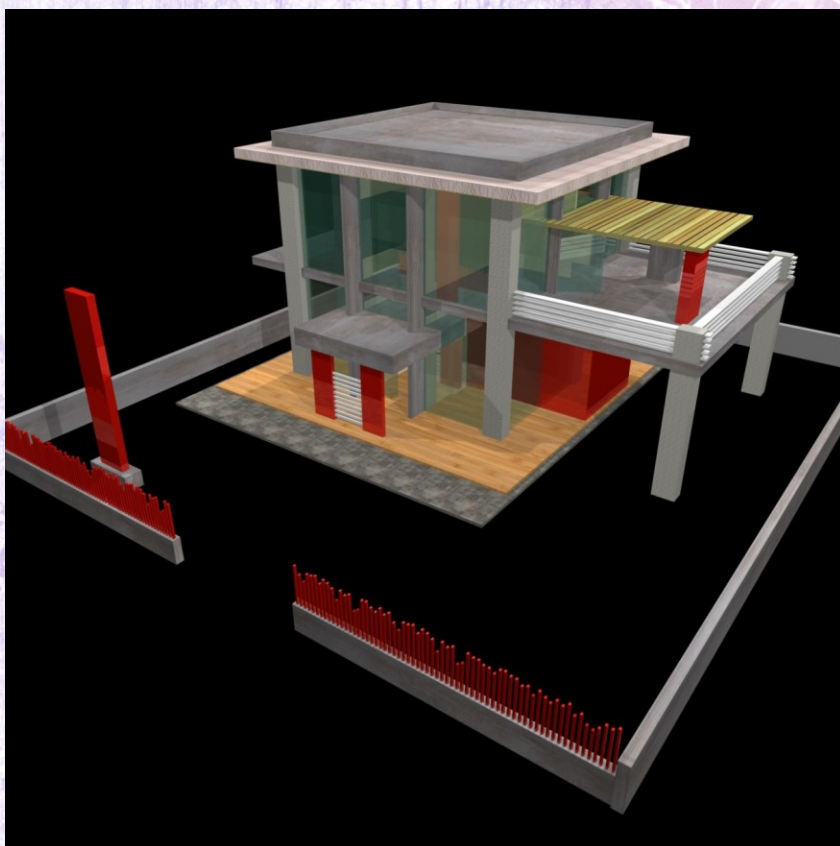
accesorios y música, sala de estar o de espera, mini biblioteca con videos, discos y libros y servicios sanitarios.

Esta distribución ha sido realizada con el objetivo de brindar comodidad a los usuarios, ya que los músicos que lleven sus instrumentos se instalaran en la primera planta evitándoles la molestia de trasladar su equipo hasta una segunda planta.

Las vías de acceso al edificio contarán con rampas que faciliten el desplazamiento de personas con algun tipo de discapacidad.

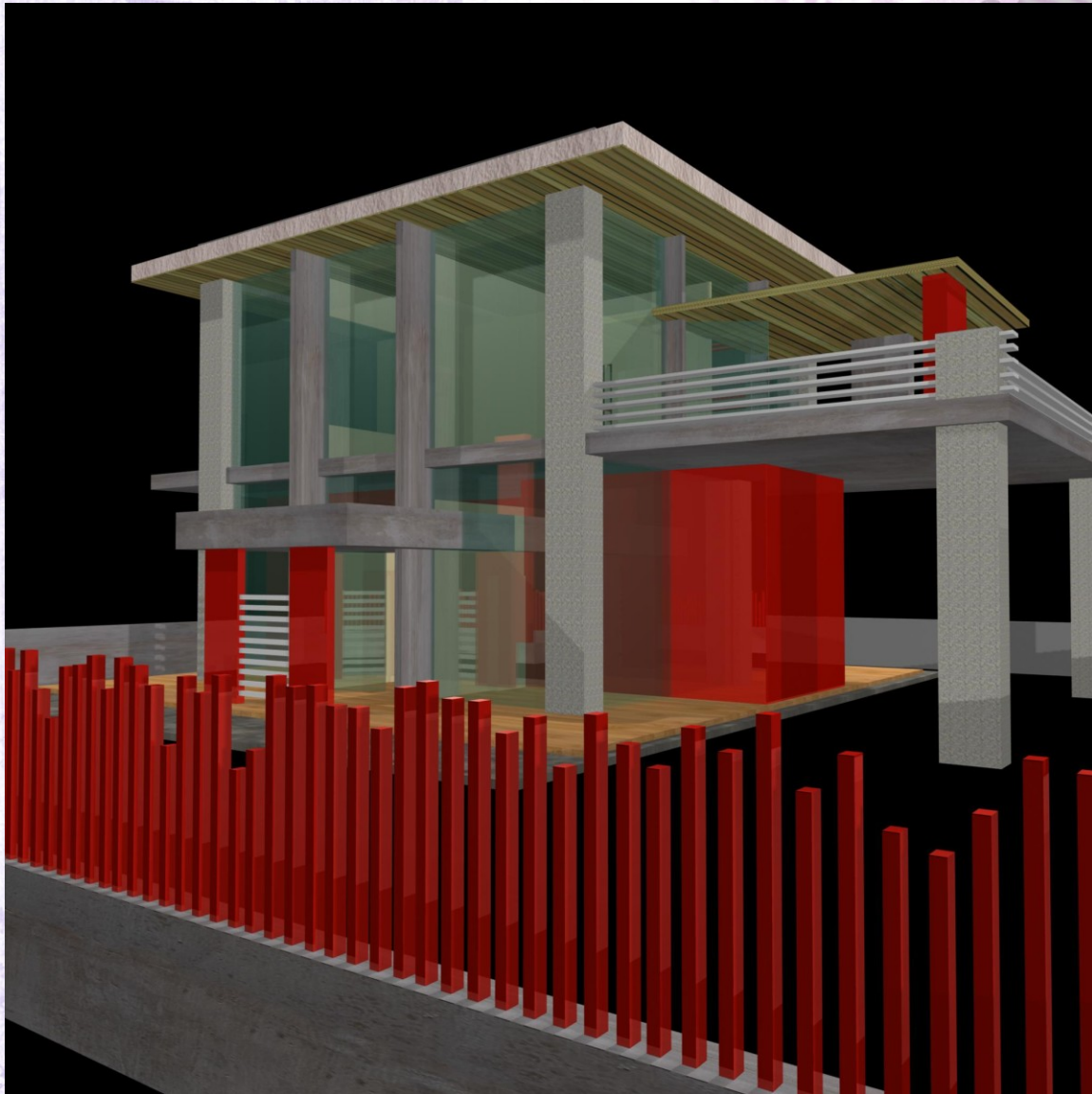
4.1 Planos del edificio

Dibujo 1 - Vista Frontal



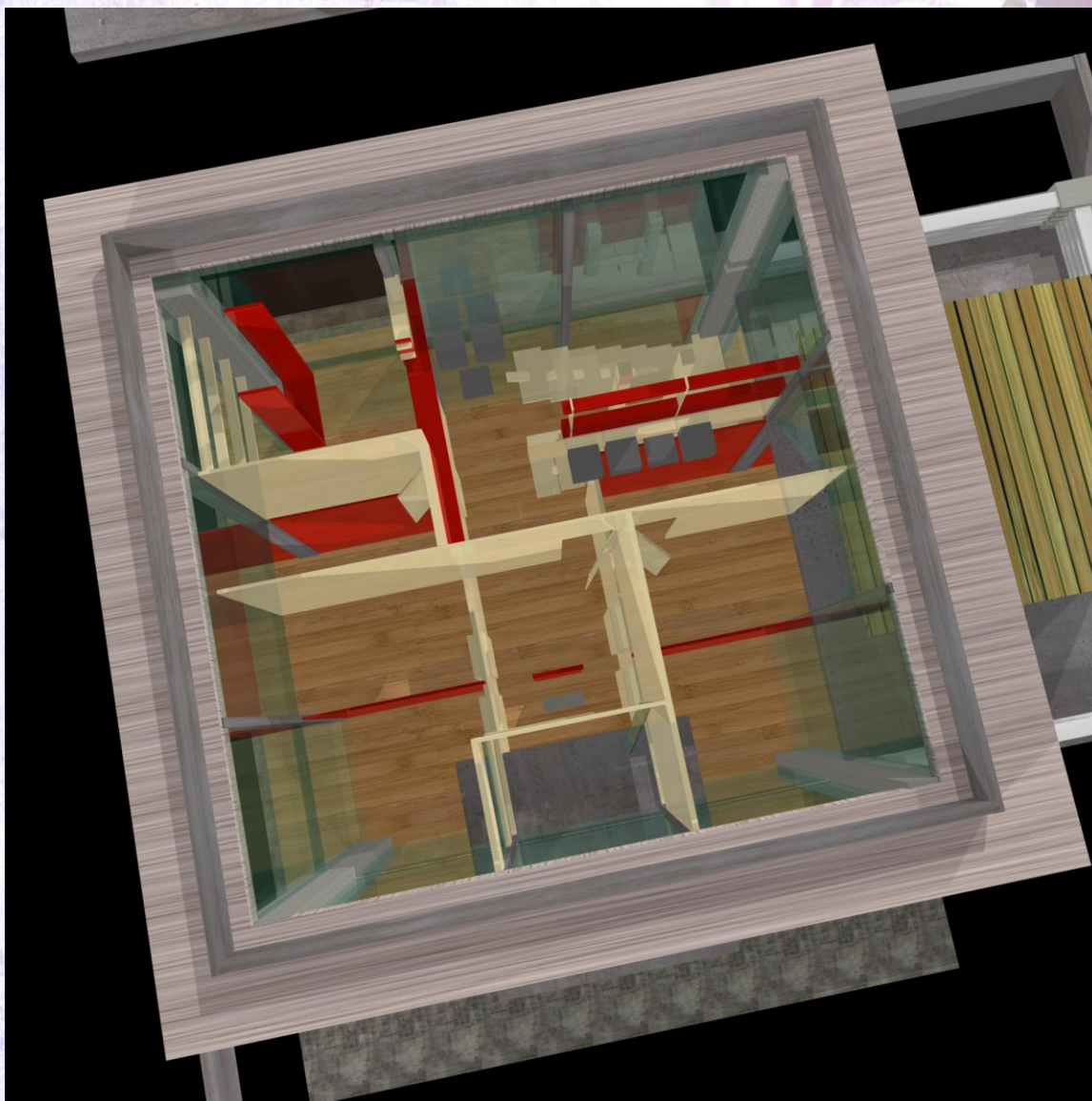
En la vista frontal se puede observar la entrada del edificio, el área de parqueo, área de descarga y las dos plantas con las que contará el proyecto. Claramente se puede apreciar la majestuosidad de la estructura, las diferentes habitaciones y la terraza.

Dibujo 2 – Vista Frontal dos



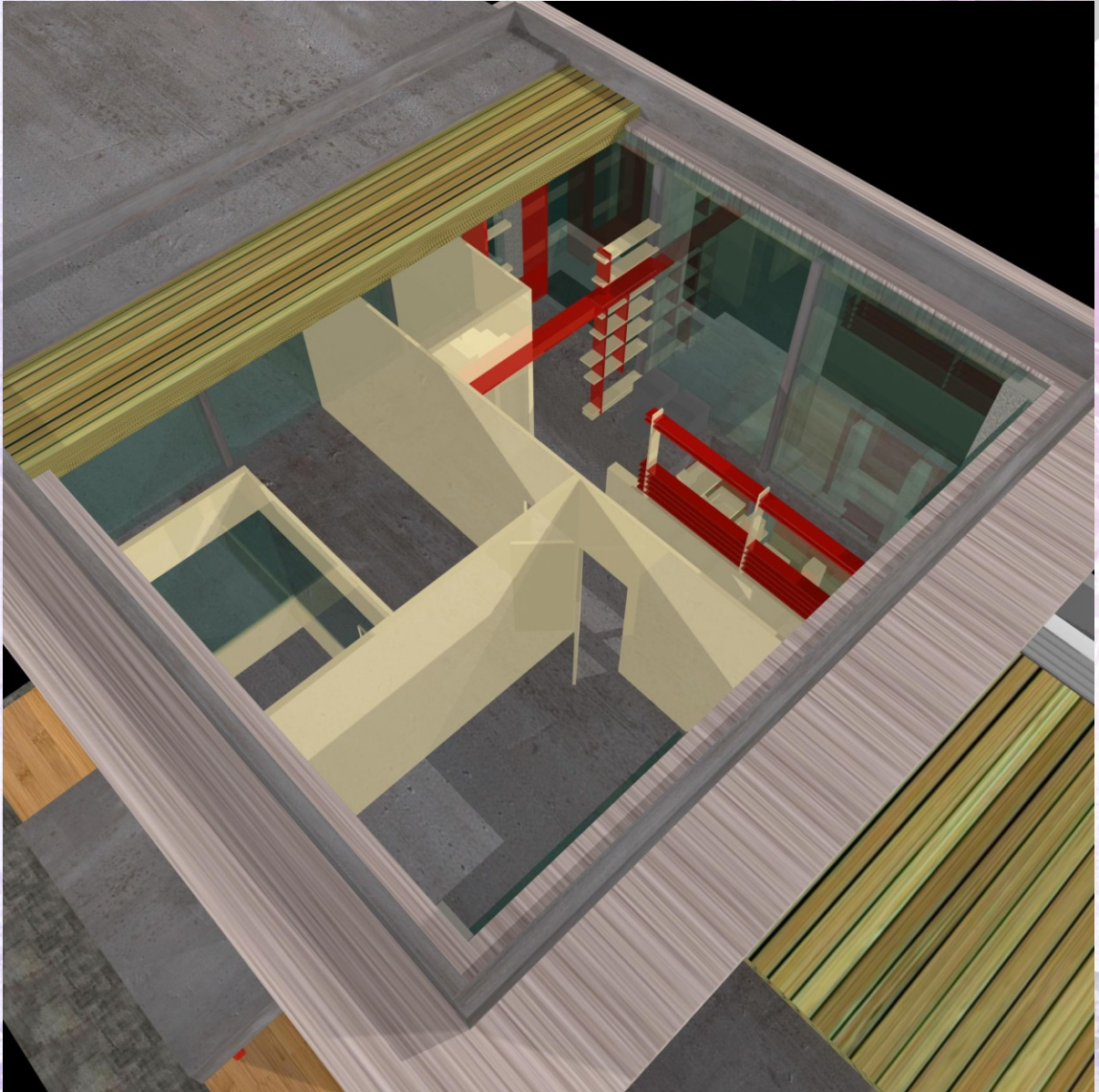
Dentro de la vista frontal dos se logra apreciar la entrada desde una mirada subjetiva, visualizando de una mejor manera la estructura del edificio.

Dibujo 3 – Vista Aérea



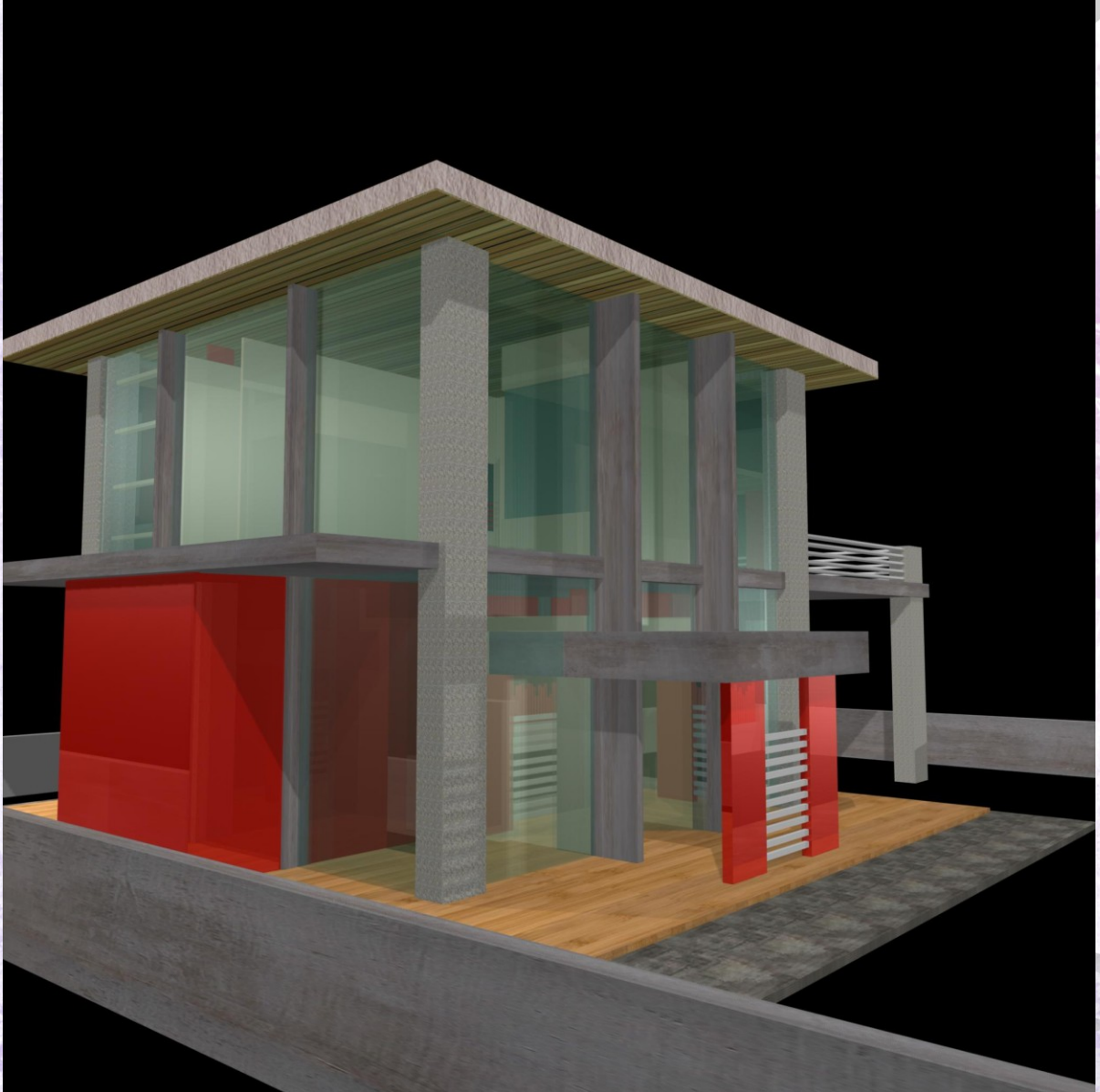
En la vista aérea se logran distinguir los diferentes cuartos ubicados en la segunda planta, ubicado un cuarto Grande Premium con mini estudio de grabación, un cuarto Mediano Premium, cafetería , tienda de accesorios y música, sala de estar o de espera, mini biblioteca con videos, discos y libros y servicios sanitarios.

Dibujo 4 – Vista Aérea dos



En esta vista se puede apreciar un acercamiento del nivel dos, en la parte inferior derecha de la imagen logramos ver la glorieta de lo que sería la cafetería y sala de estar o de espera.

Dibujo 5 - Vista Lateral



Este acercamiento a un costado del edificio permite dimensionar la diversidad de cuartos con los que contara la primera planta, dentro de la cual se ubicara la recepción, dos cuartos Grandes Standard, dos cuartos medianos Standard, bodega y servicios sanitarios.

5. Canales de distribución.

En cuanto a los o canales de distribución con los que contará el servicio de cuartos de ensayo, la venta directa será el principal medio de comercialización del servicio, debido a la inseparabilidad de los cuartos de ensayo con el lugar físico en donde se ubican.

El despacho del servicio se realizará a través de la persona encargada del área de recepción, es aquí donde el cliente tendrá el primer contacto con el servicio, en este espacio se podrá recibir información general y específica, así como la programación de horarios.

De igual manera se realizarán alianzas con tiendas musicales y escuelas de música y arte, las cuales cumplirán la función de **intermediarios**, funcionando estos también como puntos de venta del servicio, promoviendo, acercándolo y facilitando el consumo del mismo al público meta.

También, estos intermediarios serán utilizados para patrocinios, promociones y en la organización de eventos.

6. Promoción

La promoción del servicio de cuartos de ensayo se desarrollará en cuatro etapas, estas etapas se realizarán bajo un orden cronológico y están contenidas en un modelo al cual llamamos **IPRE**, debido a la letra inicial de cada una de ellas, las cuales son: Etapa de Información, de Persuasión, de Recuerdo y de Evaluación.

Como se mencionó anteriormente el modelo IPRE se desarrollará de manera cronológica, comenzando por la etapa de información. Dependiendo de los resultados obtenidos en la Etapa de Evaluación el modelo deberá regresar a alguno de las etapas antes realizadas, tal y como lo podemos ver en el siguiente cuadro.

Cuadro 2.

INFORMACIÓN

PERSUASIÓN

Se regresará a esta etapa si el servicio no está siendo utilizado.

RECUERDO

Se regresará a esta etapa si el usuario utilizó en poca medida el servicio.

EVALUACIÓN

De los resultados esta etapa depende si se regresará a la persuasión o al recuerdo.

Para el desarrollo de estas etapas haremos uso de elementos básicos del mercadeo: la publicidad, las relaciones públicas, la fuerza de ventas y la promoción, elementos que estarán incluidos en las diferentes etapas del IPRE.

6.1 Etapa de Información (I).

6.1.1 Objetivo: Dar a conocer el servicio y despertar el interés en el público meta, para ello se informará acerca de las características y beneficios con los que el servicio cuenta, plaza y precio.

Por ser un servicio nuevo y sin precedentes la cantidad de información que debe darse a conocer en una primera instancia es extensa, por lo que condensarla en mensajes cotos y claros será parte del reto del plan de mercadeo.

6.1.2 Publicidad

La publicidad dentro de la etapa de información del servicio, estará dividida en dos partes, campaña de expectación y campaña de lanzamiento.

- Campaña de expectación

Nombre: "¿Quisieras Probarlo?"

Tendrá la duración de cuatro semanas y buscará despertar un interés prematuro en el público meta, exponiéndolos a mensajes e imágenes que contengan elementos de gusto común en el segmento de la población deseado.

Estrategia: Despertar interés en músicos.

Táctica 1- Volanteo de postales: se repartirán fotografías con imágenes de equipo musical altamente calificado y de marcas reconocidas³⁴, mismo con el cual estarán equipados los cuartos de ensayo, dichas imágenes irán acompañadas de la frase: "*¿Quisieras probarlo?, esperálo, 23 de Marzo*"³⁵.

Las postales serán repartidas en conciertos, bares y restaurantes frecuentados por músicos, éstas llevarán implícitos los colores y tipografía con la cual se lanzará la publicidad, inclusive se ubicará parte del logo sin ningún texto.

De igual manera se enviarán correos electrónicos con dichas postales.

Esta imágenes también serán creadas en formato afiche, los cuales se colocarán en lugares estratégicos, frecuentados por músicos (ejemplo: Escuelas de música, Universidades, Bares etc.) y tendrá su aplicación en secciones musicales dentro de prensa escrita.

³⁴ Las fotografías mostrarán únicamente un instrumento, utilizando guitarra, batería, bajo, teclado, micrófono con sus respectivos amplificadores, ya que son considerados los elementos básicos que conforman una banda musical.

³⁵ Fecha de Nacimiento de Vicente Sibrián.

Propuesta de Arte 1.

¿Quisieras probarlo?...

...esperálo, 23 de Marzo.



Propuesta de Arte 2.

¿Quisieras probarlo?...

...esperálo, 23 de Marzo.



Táctica 2- Reel de imágenes: se expondrá al público un video que mostrará una serie de tomas con detalles de algunos instrumentos y equipo con los que contarán los cuartos de ensayo; este video estará conformado únicamente por la secuencia de imágenes, música de fondo y una voz en off con la frase :
 “¿Quisieras probarlo?, esperálo, 23 de Marzo”.

Dicho video se proyectará en bares, conciertos y tiendas de música.

Story Board Video # 1

VIDEO	AUDIO	TIEMPO
Vemos un guitarra “Fender Stratocaster”, junto a un amplificador, Marshall cabezal de tubos.	Música ambiental – escuchamos un solo de guitarra muy sentimental.	0:00:08
Vemos un Bajo “Ibanez de 6 cuerdas”, junto a un amplificador, Marshall cabezal de tubos.	Música Jazz – escuchamos una excelente ejecución de bajo (continúa la guitarra)	0:00:16
Vemos una batería “Tama de 7 piezas”	Música jazz – escuchamos un excelente juego de batería (Continúa la guitarra y el bajo.)	0:00:24
Nos vamos a negro y vemos el texto: ¿Quisieras probarlo?...	Continúa la guitarra, el bajo y la batería y escuchamos la locución: “¿Quisieras probarlo?”	0:00:32
Visualizamos texto: Espéralo, 23 de Marzo	Continúa la guitarra, el bajo y la batería y escuchamos la locución: “Espéralo, 23 de Marzo”	0:00:36

Táctica 3- Creación de sitio web interactivo: se creará una página en Internet la cual mostrara toda la información relacionada con la institución, fotografías de las instalaciones, horarios, precios etc. Además contará con un blog donde los músicos podrán hablar sobre diferentes temas relacionados con la música.

Dicha táctica se considera de gran importancia, debido a que el medio Internet resultó ser el más utilizado por los músicos dentro de la investigación.

- Campaña de Lanzamiento:

Nombre: "Probalo"

Tendrá una duración de cinco semanas y buscará dar a conocer el nuevo servicio al público meta, así como también invitarlo a que pruebe el servicio.

CC1 Concepto Central de Comunicación:

Porque sabemos que necesitas ensayar y te es difícil encontrar un lugar adecuado para hacerlo, te ofrecemos cuartos de ensayo con equipo profesional, abiertos toda la semana y en horarios indicados para ti. Si ya tienes a donde ensayar lo puedes utilizar para emergencias. Somos la primera institución creada para músicos.

CC2:

Sabemos que necesitas ensayar, por eso te ofrecemos lo que mereces

Slogan: ¡Porque tu banda lo merece!

Estrategia: Dar a conocer el servicio

Táctica 1- Volanteo, Afichaje, Mailing y Prensa escrita: se repartirán fotografías con imágenes de equipo musical altamente calificado y de marcas reconocidas, ubicados dentro de los cuartos de ensayo, dichas imágenes irán acompañadas de la frase: "Probalo".

"ESPACIOS DE ENSAYO CHENTE SIBRIAN"

Las postales serán repartidas en conciertos, bares y restaurantes frecuentados por músicos, éstas llevarán implícitos los colores y tipografía adecuada para el público meta, en los artes se ubicará el logo de la institución acompañado del slogan, una breve pero clara descripción del servicio, ubicación y precio. Toda la comunicación llevará como objetivo incitar al músico a que visite la institución.

De igual manera se enviarán correos electrónicos (mail marketing) con dichas postales, los cuales serán tomados de bases de datos de foros de música aliados, radios y otras instituciones relacionadas con la música nacional.

Estas imágenes también podrán ser aplicadas en formato afiche, los cuales se colocarán en lugares estratégicos, frecuentados por músicos (ejemplo: Escuelas de música, Universidades, Bares etc.) y tendrá su aplicación en secciones musicales dentro de prensa escrita.

Propuesta de Arte 3.



¡¡Probalo!!

**Sabemos que necesitás ensayar,
por eso te ofrecemos lo que merecés.**

Espacios de ensayo con equipo profesional, abiertos toda la semana y en horarios indicados para ti...

- Precios adecuados
- Equipo profesional
- Musiteca
- Salas cómodas
- Cafetería
- Accesorios etc.

Un proyecto de: **CONCULTURA**
Consejo Nacional para la Cultura y el Arte

Col. San Luís, # 356
frente a Biggest
tel. 2269-4243

PORQUE TU BANDA LO MERECE

ESPAIOS de Ensayo "Chente Sibirian"

Táctica 2- Reel de imágenes: se expondrá al público un video que mostrará una serie de tomas ubicando algunos instrumentos y equipo dentro de los cuartos de ensayo; buscando resaltar las características y atributos de las salas de ensayo, este video estará conformado por la secuencia de imágenes, música de fondo y apoyo de locución.

Dicho video se proyectará en bares, conciertos y tiendas de música.

6.1.3 Relaciones públicas.

Dentro de la etapa de información, las relaciones públicas jugarán un papel sumamente importante para el lanzamiento del nuevo servicio, ya que a través de estas se espera tener acceso a medios masivos y generar credibilidad a través del "Boca en Boca". Esta herramienta de comunicación contribuirá a resaltar a CONCULTURA como el principal ente impulsador del nuevo proyecto.

Nota: Es importante señalar que se buscarán patrocinios en tiendas de música, para obtener apoyo en donaciones y en actividades.

Estrategia 1: Lograr presencia en los medios de comunicación

Táctica 1- Conferencia de prensa: Se organizara una conferencia para medios de comunicación, dirigida por: Director de Concultura, Chente Sibrián, Director de la Institución, dos representantes de empresas patrocinadoras. El objetivo de dicha conferencia será dar a conocer el aporte cultural que la institución brindará, así como el apoyo hacia los músicos nacionales.

Táctica 2- Festival Musical: Se organizará un concurso entre bandas dentro de las instalaciones de la institución , en el cual se premiara a los primeros lugares con instrumentos brindados por las tiendas musicales patrocinadoras y con horas de ensayo gratis.

Táctica 3- Gira radial: Se visitaran radios juveniles para dar a conocer el servicio, la idea es asistir a programas los cuales brinden el espacio para hablar acerca de la institución.

Táctica 4- Visitas de músicos internacionales: Se traerán músicos reconocidos para que realicen sus ensayos dentro de la institución y brinden sus impresiones acerca de las instalaciones, equipo y el proyecto en general.

Entre estos artistas pueden figurar guitarristas reconocidos como el brasileño Kiko Loureiro de la agrupación ANGRA, bateristas como el mexicano Eduardo Carrillo de AGORA y bajistas de trayectoria como Aldo de la agrupación mexicana MALDITA VECINDAD, entre otros.

Debido al alto costo que representa el traer un artista internacional al país, se buscara apoyo de instituciones como embajadas que continuamente se encuentran contribuyendo a la cultura, ejemplos de ellas son la Embajada de España, de Alemania entre otras; de igual manera se buscarán patrocinadores que faciliten el transporte y estadía de los artistas, como por ejemplo Taca y hoteles como Radisson u Hotel Presidente.

Estrategia 2: Terceros creíbles

Táctica 1 – Horas de ensayo gratis: Se visitarán eventos musicales en los cuales se repartirán tickets con horas gratis de ensayo, para que sean utilizados por las bandas mas reconocidas del país, esto con el fin de expandir buenas impresiones sobre el nuevo proyecto dentro del gremio musical.

6.1.4 Promoción

Dentro de la etapa de información la promoción será un impulso para la comercialización del nuevo servicio.

Promoción 1- Horas gratis por compras en comercios afiliados: Por la compra de más de \$70 en alguna de las tiendas patrocinadoras, se regalarán dos horas gratis en los cuartos de ensayo.

Promoción 2 – Descuentos en comercios afiliados por uso del servicio: Por el pago de tus primeras 10 horas de ensayo, los músicos podrán obtener descuentos en algunas tiendas patrocinadoras.

6.1.5 Fuerza de Ventas

En estas etapas la fuerza de ventas estará constituida por personas encargadas de repartir los volantes, pegar afiches y programar los videos, en la campaña de Expectación únicamente crearán interés en las personas sin brindar mayor información, ya en la campaña de lanzamiento brindarán todos los datos de ubicación, costos y beneficios, de igual manera dentro de esta etapa se contemplan tres personas las cuales se harán cargo de las instalaciones en cuanto a venta, programación y reservaciones ya dentro del servicio.

Se debe tener en cuenta que dentro de esta etapa existen eventos de relaciones públicas en los cuales debe figurar este equipo de ventas, igual que dentro de la gira radial, en la cual se designarán voceros con aptitudes para vender el servicio.

6.2 Etapa de Persuasión (P).

6.2.1 Objetivo: Convencer al público meta para que haga uso del servicio, dando a conocer a detalle sus características, beneficios, valores agregados y ventajas competitivas.

En esta etapa el reto del plan de mercadeo consiste en posicionar la marca en la mente del público meta, haciendo uso de mensajes sumamente creativos que encierren todas las virtudes y fortalezas del servicio.

6.2.3 Publicidad

Debido a la naturaleza del público objetivo, la publicidad dentro de la etapa de persuasión jugará un papel muy importante, ya que no hay que olvidar que esta ira dirigida a artistas, lo cuales son altamente creativos y críticos. Por ello será preciso utilizar, imágenes, mensajes, colores y composiciones que llamen la atención y logren empatía en los músicos.

Para lograr esto se realizaran tres campañas las cuales se encargarán de dar a conocer puntos fuertes del servicio como lo son equipo, comodidad y valores agregados.

-Campaña #1

Nombre: Crecimiento musical

La campaña tendrá una duración de siete semanas y tendrá como fin dar a todos los factores implícitos en el servicio que ayudarán al músico en su crecimiento artístico.

"ESPACIOS DE ENSAYO CHENTE SIBRIAN"

CC1 Concepto Central de Comunicación:

Espacios de ensayo Chente Sibrián te ofrece equipo especializado para que escuches a tu banda de una mejor manera, haciéndote crecer como músico.

CC2:

Espacios de ensayo Chente Sibrián te permite crecer como músico poniendo a tu alcance todos los elementos que necesitas para lograrlo.

Slogan: ¡Porque tu banda lo merece!

Posicionamiento deseado: "En ningún otro lugar puedo ensayar con un equipo tan profesional como este".

Estrategia: Dar a conocer los beneficios



¿Desorden?

gettyimages

Espacios de ensayo Chente Sibrián te permite crecer como músico poniendo a tu alcance todos los elementos que necesitas para lograrlo.

Un proyecto de: **CONCULTURA**
Comisión Nacional para la Cultura y el Arte

Col. San Luís, # 356
frente a Biggest
tel. 2269-4243

PORQUE TU BANDA LO MERECE



Táctica 1- Volanteo, Afichaje, Mailing y Prensa escrita: Se realizarán artes para cada una de estos medios variando el concepto dependiendo del elemento que se desea comunicar, para ello se trabajara en cuatro aspectos:

1-Equipo especializado, la labor será mediante mensajes creativos, dar a conocer al público meta las virtudes que ofrece el equipo con el cual cuenta la institución.

Propuesta de Arte 4

2- Personal especializado, se comunicarán las ventajas que ofrecerá el equipo de trabajo en la institución, el cual estará conformado por músicos que ayudarán a los usuarios a sacar el mayor provecho a los cuartos.

3-Horarios convenientes, la idea es dar a conocer al público la flexibilidad de horarios, ya que el servicio estará disponible en horas usuales en las cuales los músicos realizan sus ensayos.

4- Contactos, debido a que el servicio será utilizado por una gran cantidad de músicos se les presentará la oportunidad de relacionarse entre ellos, acción que fomentara el apoyo entre artistas.

Con estos cuatro aspectos, se busca persuadir al músicos convenciéndolos que estas virtudes del servicio le serán de gran ayuda para lograr un crecimiento musical.

Táctica 2- Publicidad en vivo: esta táctica consistirá en llevar a la realidad un arte impreso. Por ejemplo si el arte consistiera en una banda ensayando dentro de un cuarto, se replicara esto de forma presencial, afuera de tiendas de música, bares etc. Simulando un cuarto con una banda real tocando.

El principal objetivo de esta táctica es llamar la atención del público meta, aprovechando la afluencia de gente para repartir volantes con información del servicio.

1-Campaña #2

Nombre: Comodidad

La campaña tendrá una duración de 7 semanas y tendrá como fin dar a conocer la comodidad que el servicio ofrece.

CC1 Concepto Central de Comunicación:

Espacios de ensayo Chente Sibrián te ofrece cuartos ya equipados, amplio parqueo con rampas que ayuden al transporte de los instrumentos, seguridad, aire acondicionado, buena ubicación, espacio adecuado, precios accesibles y sin molestar a los vecinos.

CC2:

En espacios de ensayo Chente Sibrián podrás realizar tus ensayos cómodamente.

Slogan: ¡Porque tu banda lo merece!

Posicionamiento deseado: "Comodidad, que rico es ensayar en ese lugar".

Estrategia: Proyectar la comodidad con la que el servicio cuenta

Táctica 1- Volanteo, Afichaje, Mailing y Prensa escrita: Se realizarán artes para cada una de estos medios dando a conocer los factores que hacen al servicio más comfortable.

Propuesta de Arte 5.

¿Poco espacio?

gettyimages

En espacios de ensayo Chente Siberian podrás realizar tus ensayos cómodamente.

Un proyecto de: Col. San Luis, # 356
frente a Biggest
tel. 2269-4243

CONCULTURA
Consejo Nacional para la Cultura y el Arte

PORQUE TU BANDA LO MERECE

Táctica 2- Videos que muestren la comodidad del lugar: La idea es realizar una serie de videos los cuales se centrarán en los aspectos que brindan mayor comodidad dentro del servicio, sillones, aire acondicionado, amplio espacio etc. el video debe denotar comodidad en todo momento.

Este material será expuesto en tiendas de música, bares y en el sitio web.

-Campaña #3

Nombre: Valores agregados

La campaña tendrá una duración de 4 semanas y tendrá como fin dar a conocer todos los valores agregados que el sitio ofrece.

CC1 Concepto Central de Comunicación:

Espacios de ensayo Chente Sibrián además de darte la oportunidad de ensayar te ofrece servicios de cafetería, bodega, tienda de accesorios, mini estudio de grabación y mediateca.

CC2:

Espacios de ensayo Chente Sibrián mas que cuartos de ensayo.

Slogan: ¡Porque tu banda lo merece!

Posicionamiento deseado: "Ahí hay de todo".

Estrategia: Dar a conocer los servicios complementarios de la institución.

Táctica 1- Volanteo, Afichaje, Mailing y Prensa escrita: Se realizarán artes para cada una de estos medios dando a conocer los servicios complementarios con los que el servicio cuenta.

Táctica 2- Videos testimoniales: se relazarán pequeños clip en los cuales músicos reconocidos en el ámbito nacional, brindarán testimonios sobre cada uno de los servicios complementarios, por ejemplo: "Soy Juan Carlos Erquicia bajista del ático, y quiere contarles que normalmente nuestros horarios de ensayo son al mediodía y aquí en espacios, podemos almorzar en los recesos".

Se podrá tener acceso a estos testimoniales a través del sitio web de la institución, para ellos se enviarán mailing a la base de datos, invitando a que los vean.

6.2.4 Relaciones públicas.

En la etapa de persuasión las relaciones públicas buscarán incrementar el boca en boca y la ayuda de terceros creíbles, los cuales serán factores decisivos para que el potencial usuario se decida por utilizar el servicio.

Estrategia 1: Reiterar fortalezas del servicio.

Táctica 1- Clínicas de músicos internacionales: Se traerán músicos reconocidos en el ámbito internacional para que realicen demostraciones de sus habilidades dentro de las instalaciones de espacios de ensayo Chente Sibrián. Reiterando así las fortalezas del equipo y del servicio en sí.

Táctica 2 – Foros en línea: Debido a ser el medio web uno de los mas utilizados por el público objetivo, se crearán noches de intercambio de ideas entre músicos, para ello se determinará un día a la semana en el cual se tratarán diferentes temas relacionados con la música, la participación será mediante el sitio web.

De igual manera se pretende buscar el apoyo de embajadas y patrocinadores para facilitar la visita de estos músicos internacionales.

6.2.5 Promoción

Dentro de la etapa de persuasión la promoción tendrá como finalidad relacionar el servicio principal con los servicios complementarios.

Promoción 1: Si pagas un mes por adelantado tendrás derecho a guardar 4 instrumentos dentro de la bodega por ese periodo.

Promoción 2: Si pagas dos meses por adelantado, tendrás el derecho a grabar un demo de 4 canciones.

6.2.6 Fuerza de Ventas

De igual manera en esta etapa la fuerza de ventas estará constituida por las personas encargadas de repartir los volantes, pegar afiches y programar los videos, contando con el soporte de 3 personas las cuales se harán cargo de las instalaciones en cuanto a venta, programación y reservaciones ya dentro del servicio, en esta etapa la fuerza de ventas deberá ser mucho mas agresiva y deberán conocer todos los beneficios y virtudes con los que el servicio cuenta.

Se debe tener en cuenta que en esta etapa existen eventos de relaciones públicas dentro de los cuales debe figurar este equipo de ventas, los voceros siempre estarán presentes para visitas a medios y en los mismos eventos.

6.3 Etapa de Recuerdo (R).

6.3.1 Objetivo: Recordar al público meta los motivos por los cuales debe hacer uso del servicio, para así como mantener posicionada la marca.

Esta etapa se aprovechará para crear y mantener un vínculo positivo entre CONCULTURA y los músicos.

6.3.2 Publicidad

Para lograr el objetivo de esta etapa será necesario emitir una serie de mensajes claros y creativos, los cuales tendrán su efecto por medio de la herramienta publicidad.

Campaña # 1

Nombre: La música es una profesión.

La campaña tendrá una duración de 8 semanas y tendrá como fin, hacer que el músico sienta el apoyo que la institución le brinda y a la vez cambiar el concepto que el público en general posee sobre esta rama artística, logrando así mantener el servicio dentro de la mente del consumidor.

CC1 Concepto Central de Comunicación:

Espacios de ensayo Chente Sibrián ha sido creado para ti, porque tu eres la cultura de nuestro país y como todo profesional sabemos que necesitas apoyo para crecer más. Somos un proyecto del estado pero es manejado por músicos como tú.

CC2:

Espacios de ensayo Chente Sibrián te apoya.

Slogan: ¡Porque tu banda lo merece!

Posicionamiento deseado: "La primera institución que de verdad nos apoya".

Estrategia: Informar sobre el apoyo que la institución brinda a los músicos nacionales.

Táctica 1- Volanteo, Afichaje, Mailing y Prensa escrita: Se realizarán artes que informen sobre la posición de ayuda que posee la institución Espacios de ensayo Chente Sibrián, la cual siendo un proyecto de CONCULTURA esta totalmente interesada en promover el crecimiento musical de los artistas nacionales.

Táctica 2 – Campo pagado en Prensa escrita y Radio: Se publicaran comunicados pagina completa en prensa escrita y spots de minuto, en los cuales se informará al publico en general los esfuerzos realizados por CONCULTURA y acciones a futuro para mantener el proyecto Espacios de ensayo Chente Sibrián.

"ESPACIOS DE ENSAYO CHENTE SIBRIAN"

Guión Radio – Etapa de Recuerdo – Campaña #1- Táctica 2

AUDIO	LOCUCIÓN	TIEMPO
Banda sonora: Metal progresivo- melódico- instrumental	<i>(voz masculina: hombre de 33 años bastante amigable , institucional)</i> Conoce el primer lugar que ha sido creado para ti, porque tu eres la cultura de nuestro país y como todo profesional sabemos que necesitas apoyo para crecer más. Somos un proyecto del estado pero es manejado por músicos como tú.	00:00:11
Banda sonora: Metal progresivo- melódico- instrumental	<i>(voz femenina: joven de 24 años bastante amigable , invitando)</i> Espacios de ensayo Chente Sibrián, tu espacio, tu mundo	00:00:15
Banda sonora: Metal progresivo- melódico- instrumental	<i>(voz masculina: hombre de 33 años bastante amigable , institucional)</i> Visitanos Col. San Luís, # 356 frente a Biggesst tel. 2269-4243	00:00:22
Banda sonora: Metal progresivo- melódico- instrumental	<i>(voz masculina: hombre de 33 años bastante amigable , institucional)</i> Un proyecto de CONCULTURA. Porque tu banda lo merece, espacios de ensayo Chente Sibrián.	00:00:26
Banda sonora: Metal progresivo- melódico- instrumental	<i>(voz masculina: hombre de 33 años bastante amigable , institucional)</i> Gobierno de El Salvador Unir, Crecer, Incluir	00:00:34

6.3.4 Relaciones públicas.

Dentro de la etapa de recuerdo las relaciones públicas servirán como herramienta para fortalecer la imagen de la institución, colocándola como un ente facilitador de oportunidades e institución desarrolladora y promotora de talento artístico, a la vez buscará cambiar la imagen que la población posee sobre la música y músicos nacionales.

Estrategia 1: Actividades que fomenten la profesión musical

Táctica 1- Congreso "Sé cultura, sé música": Creación de un congreso internacional, al cual asistirán músicos internacionales y nacionales de gran renombre, para conversar sobre temas orientados a la cultura y la música en los diferentes países del mundo, el congreso estará abierto para el público en general.

De igual manera se pretende buscar el apoyo de embajadas y patrocinadores para facilitar la visita de estos músicos internacionales.

Táctica 2 –Feria musical: Se organizará una feria musical en la cual participarán un buen número de bandas nacionales, las cuales se juntarán para fichar músicos de otras agrupaciones; La idea es que entre las bandas se intercambien músicos y se realice un concierto en pro de la institución Espacios de ensayo Chente Sibrián, la noche del concierto tendrá como tema central interpretar canciones del compositor Vicente Sibrián, al cual hace alusión el nombre de la institución. (Evento será anunciado en los diferentes medios utilizados durante la campaña).

Táctica 3 – Transmisiones radiales en vivo: Para esta actividad se tomará en cuenta a la radio Astral, ya que es conocida como la radio del rock en El Salvador, la idea es que una vez a la semana y en el turno del locutor más escuchado y con mayor credibilidad en ese momento, se transmita en vivo desde Espacios de

ensayo Chente Sibrián, aprovechando así para entrevistar a bandas nacionales, que estén utilizando el servicio.

6.3.5 Promoción

Dentro de la etapa de recuerdo la promoción tendrá como premiar a los usuarios fijos del servicio, a todos los clientes fieles.

Promoción 1: Por cada 20 horas acumuladas recibes 3 gratis.

6.3.6 Fuerza de Ventas

De igual manera en esta etapa la fuerza de ventas estará constituida por las personas encargadas de repartir los volantes y pega de afiches, contando con el soporte de 3 personas las cuales se harán cargo de las instalaciones en cuanto a venta, programación y reservaciones ya dentro del servicio, en esta etapa la fuerza de ventas será un poco más pasiva y se dedicarán sus recursos especialmente a los eventos.

Los voceros siempre estarán presentes para visitas a medios y en los mismos eventos.

6.4 Etapa de Evaluación (E).

El objetivo de esta etapa tal como su nombre lo indica será evaluar la efectividad de la campaña de promoción, tomando en cuenta las 3 etapas desarrolladas hasta el momento (información, persuasión y recuerdo) de los resultados de esta evaluación dependerán las acciones a tomar en un futuro.

Si los resultados son positivos se regresará a la etapa de recuerdo, de no ser así tendrá que determinarse en que parte del ciclo se encuentra el servicio, descubriendo los puntos que fallaron y corrigiéndolos.

La evaluación se realizará basándose en dos actividades:

- 1- Focus Group con músicos tomados al azar.
- 2- Encuesta de conocimiento e imagen del servicio, la cual se realizará de igual manera a músicos tomados al azar.

En esta etapa culmina el modelo IPRE, el cual será el esqueleto mediante el cual se guiará la promoción del servicio.

6.5 Justificación de medios

Según las preguntas 17 y 18 realizadas en la Investigación, todos los medios a utilizar durante la promoción, han sido escogidos debido a que los músicos expresaron ser estas las vías por las que comúnmente se informan acerca de productos , servicios y actividades relacionadas con la música, utilizando en menor medida los medios masivos como radio, prensa escrita y televisión, sin embargo se utilizarán cuando sea conveniente.

Los medios comunes a utilizar será publicidad en los lugares frecuentados por músicos e internet. Abogando mucho al boca en boca y a los terceros creíbles. Es por ello que en todas las estrategias de publicidad se realizarán envíos de correos electrónicos, distribución de volantes y exposición de afiches.

7. Cronograma de actividades.

	Etapa de Información			Etapa de Persuasión		
	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	
Lanzamiento		x				
Publicidad						
Volanteo de postales	x	x				
Reel de imágenes	x	x	x			
Creación de sitio web interactivo		x				
Volanteo, Afichaje, Mailing y Prensa escrita		x	x	x	x	
Publicidad en vivo				x	x	
Videos demostrativos					x	
Videos testimoniales						
Campos pagados						
Relaciones Públicas						
Conferencia de prensa		x				
Festival Musical		x	x			
Gira radial		x	x			
Visitas de músicos internacionales		x	x			
Horas de ensayo gratis		x	x			
Clínicas musicales				x		
Congreso se cultura						
Feria musical						
Promoción						
Descuentos comercios afiliados		x	x			
Beneficios por pagos adelantados				x	x	
Horas acumuladas						

"ESPACIOS DE ENSAYO CHENTE SIBRIAN"

	Etapa de Persuasión		Etapa de Recuerdo		
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Lanzamiento					
Publicidad					
Volanteo de postales					
Reel de imágenes					
Creación de sitio web interactivo					
Volanteo, Afichaje, Mailing y Prensa escrita	x	x	x	x	x
Publicidad en vivo					
Videos demostrativos	x	x			
Videos testimoniales		x	x		
Campos pagados			x		x
Relaciones Públicas					
Conferencia de prensa					
Festival Musical					
Gira radial					
Visitas de músicos internacionales					
Horas de ensayo gratis					
Clínicas musicales	x		x		
Congreso se cultura				x	
Feria musical				x	x
Promoción					
Descuentos comercios afiliados					
Beneficios por pagos adelantados	x	x	x		
Horas acumuladas			x	x	x

8. Definición de Precio.

Según la investigación realizada el precio que los músicos estarían dispuestos a cancelar oscila entre un rango de \$10 a \$20 por ensayo, por lo que se considera que el costo del servicio debe andar por esos precios.

8.1 Tarifario

<u>Paquete</u>	<u>Precio</u>			
	<u>GP</u>	<u>GS</u>	<u>MP</u>	<u>MS</u>
Ensayo por día				
- Ensayo de 2 horas	\$ 17.00	\$ 13.00	\$ 12.00	\$ 8.00
- Ensayo de 3 horas	\$ 20.00	\$ 16.00	\$ 15.00	\$ 11.00
Paquete mensual (10% descuento)				
- 3 ensayos semanales de 2 horas	\$ 183.60	\$ 140.40	\$ 129.60	\$ 86.40
- 3 ensayos semanales de 3 horas	\$ 216.00	\$ 178.80	\$ 162.00	\$ 118.80
- 2 ensayos semanales de 2 horas	\$ 122.40	\$ 93.60	\$ 86.40	\$ 57.60
- 2 ensayos semanales de 3 horas	\$ 144.00	\$ 115.50	\$ 108.00	\$ 79.20
Paquete Bimensual (13% descuento) Paquete Trimestral (16% descuento)				

Ensayo de 3 horas la hora extra tiene un costo de \$ 3

Sustentando la anterior cabe mencionar que el servicio nace como iniciativa del estado por lo que los costos no deben ser muy altos, debido a ser una institución gubernamental sin fines de lucro.

8.2 Gastos

Sin embargo se debe crear un presupuesto de gastos los cuales se van a dividir en dos grandes bloques: Gastos de Arranque y Gastos de Operación, para cubrir ambos bloques se contará con el aporte del gobierno a lo que se llaman Fondos Aportados y el resto se cubrirá mediante los ingresos que mes a mes reporte el servicio, a los cuales llamaremos Fondos Propios.

A continuación se detallan dichos gastos.

8.2.1 Gastos de Arranque

Estos gastos cubren los primeros 3 meses del proyecto los cuales representan la creación del proyecto, la etapa de expectación, la etapa de información del servicio y ciertos gastos de mantenimiento.

<u>DESCRIPCIÓN</u>	<u>COSTO</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>TOTAL</u>	<u>Fondos Propios</u>	<u>Fondos Aportados</u>
Creación del Servicio					
Terreno	\$ 30,000.00	1	\$ 30,000.00		X
Construcción		1			X
Equipamiento		1	\$ 45,257.00		X
- Equipo de Sonido	\$18,500.00				
- Muebles	0				
- Decoración	\$4,257.00				
- Acústica de cuartos	\$ 2,500.00				
	\$ 22,000.00				
Publicidad					
Volanteo de postales	\$ 0.80	500	\$400		X
Reel de imágenes	\$ 300.00	1	\$300		X
Sitio web	\$ 500.00	1	\$500		X
Volantes	\$0.40	1,500	\$600		X
Afiches	\$1.00	150	\$150		X
Presa Escrita	\$ 2,100.00	6	\$12,600		X
Relaciones Publicas					

"ESPACIOS DE ENSAYO CHENTE SIBRIAN"

Conferencia de prensa	\$150.00	1	\$150		X
Festival Musical		1	\$900		X
- Organización	\$300.00				
	\$600.00				
- Premios					
Visita de músicos internacionales	\$14,000.00	1	\$14,000		X
Horas de ensayo gratis	\$170.00	1	\$170	X	
Promoción					
Descuentos en comercios afiliados	\$2,000.00	1	\$2,000		X
Mantenimiento					
Agua	\$40.00	3	\$120	X	
Luz	\$600.00	3	\$1,800	X	
Telefono e Internet	\$50.00	3	\$150	X	
Mantenimiento de equipo y estructura	\$30.00	3	\$90	X	
Planilla	\$ 2,700.00	3	\$8,100	X	
TOTAL				\$10,430	\$108,857

Tomando en cuenta lo anterior, el total de Gastos que deberán afrontar los fondos propios en los primeros 3 meses asciende a **\$ 10,430**.

En cuanto a los fondos aportados los gastos asciende a **\$ 108,857**.

8.2.3 Gastos de Operación

Estos Gastos de Operación cubren los 7 meses restantes del plan de mercadeo, abarcando las etapas de persuasión y de recuerdo, así como el mantenimiento permanente del servicio.

<u>DESCRIPCION</u>	<u>COSTO</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>TOTAL</u>	<u>Fondos Propios</u>	<u>Fondos Aportados</u>
Publicidad					
Volantes	\$0.40	3,500	\$ 1,400		X
Afiches	\$1.00	350	\$ 350		X
Presa Escrita	\$ 2,100.00	14	\$ 29,400		X
Publicidad en vivo	\$1,200	3	\$ 3,600		X
Videos demostrativos	\$300.00	2	\$600		X
Videos testimoniales	\$100.00	6	\$ 600		X
Mantenimientos de sitio web	\$100.00	3	\$ 300		X
Campos pagados	\$2,300.00	4	\$ 9,200		X

"ESPACIOS DE ENSAYO CHENTE SIBRIAN"

Relaciones Publicas						
Clínicas musicales	\$10,000.00	1	\$ 10,000			X
Congreso "Se Cultura"	\$7,000.00	1	\$ 7,000			X
Feria musical		1	\$ 3,000			X
- Organización	\$1,500.00					
- Pago a artistas	\$ 1,500.00					
Promoción						
Beneficios por pagos adelantados	\$ 1,500.00	1	\$ 1,500		X	
Horas acumuladas	\$ 1,500.00	1	\$ 1,500		X	
Mantenimiento						
Agua	\$40.00	7	\$280		X	
Luz	\$600.00	7	\$ 4,200		X	
Teléfono	\$50.00	7	\$ 350		X	
Mantenimiento de equipo y estructura	\$70.00	7	\$490		X	
Planilla	\$2,700.00	7	\$ 18,900		X	
TOTAL					\$ 27, 220	\$ 65, 450

Tomando en cuenta lo anterior, el total de Gastos que deberán afrontar los fondos propios en los 7 meses siguientes del plan de mercadeo asciende a **\$ 27, 220**.

En cuanto a los fondos aportados los gastos asciende a **\$ 65,450**.

Servicios de mercadeo.

A parte de los Gastos de Arranque y Operación se cobrarán \$5,000 por la idea y creación de estrategias, estos cubren los 10 meses del plan de mercadeo y serán cancelados por los fondos aportados.

9 Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Desventajas y Amenazas (FODA)

9.1 Fortalezas:

Horarios convenientes para los consumidores.
Acceso a equipo especializado.
Servicio innovador.
Buena ubicación.
Cómodo.
Amplio conocimiento de las necesidades del consumidor.
Amplia variedad de valores agregados.
Económico.
Institución apoyada por el estado.
Personal calificado.

9.2 Oportunidades:

Aumento en el apoyo de la música nacional.
Valorización de la música como una profesión.
Compromiso de músico hacia su crecimiento.
Aumentar relaciones con entes artísticos internacionales.
Patrocinio por parte de empresas musicales.
Cambio de gobierno.

9.3 Desventajas

No se cuenta con cuartos totalmente vacíos.
El servicio esta orientado únicamente a música juvenil.
Falta de equipamiento musical extra.
El servicio depende de una gran cantidad de energía eléctrica.

9.4 Amenazas

Desinterés del artista por su profesión.
Que el artista no cuente con dinero al contado.

Posibilidad que la demanda sea mayor que la oferta.

Conformismo por parte de los músicos que cuenten con un lugar de ensayo.

Poca credibilidad en proyectos del estado.

10. Segmentación de Mercado

El mercado al cual estará dirigido el servicio estará conformado por músicos de rock nacional, es decir todos aquellos artistas que ejecuten música bajo las siguientes categorías:

- Rock Pop
- Rock Latino
- Punk Rock
- Heavy Metal
- Power Metal
- Rock progresivo-experimental ³⁶

Los cuales oscilen entre las edades de 23 a 28 años, Con un ingreso promedio mensual entre los \$ 300 y \$ 500, residentes del Gran San Salvador y sus alrededores y ejecutores de arte dirigido a jóvenes,

Músicos pertenecientes a bandas vigentes, que se encuentre en constante preparación.

Criterios de la Segmentación

Criterios	Segmentos
GEOGRÁFICOS	
Región	Gran San Salvador y alrededores
Urbana-Rural	Urbana
Clima	Tropical

³⁶ Ver marco teórico del trabajo "Estudio de factibilidad para creación de cuartos de ensayo para músicos de rock nacional. Elaboración de plan de mercadeo para comercializarlo"

"ESPACIOS DE ENSAYO CHENTE SIBRIAN"

DEMOGRÁFICOS	
Ingreso	\$ 300 - \$ 500
Edad	23 a 28 años
Género	Masculino
Ciclo de vida familiar	Soltero, Soltero con hijos
Clase Social	Media, Media-baja
Escolaridad	Secundaria completa, Educación superior en proceso
Ocupación	Empleado-músico, Propietario-músico.
Origen étnico	Hispánico
PSICOLÓGICOS	
Personalidad	Creativo, seguro de sí mismo, culto, crítico, artístico, profundo, pensador, positivo, soñador, sensible, difícil de persuadir, idealista, obstinado.
Estilo de vida	Amante del arte, bohemio, trasnochador.
Valores	Solidario, empático, persistente.
CONDUCTUALES	
Beneficios deseados	Comodidad, profesionalismo, disponibilidad.
Tasa de uso	Usuario constante

“ESPACIOS DE ENSAYO CHENTE SIBRIAN”

Como se puede ver el segmento al cual se dirige el servicio es bastante exigente, debido a su naturaleza creativa será difícil de persuadir, a pesar de no poseer ingresos altos valora todo lo que gira alrededor de su arte, por lo que esta abierto a realizar inversiones que contribuyan a su crecimiento como músico.

11. Conclusiones de plan de mercadeo.

Debido a ser un servicio nuevo y estar expuestos a un público tan crítico como lo son músicos, se deberá poseer basta creatividad y tomar el presente plan de mercadeo como una guía para lograr el objetivo que será lograr la aceptación de la institución.

Es importante resaltar que el publico meta posee ya una serie de medios de comunicación a los cuales se aboga al momento de necesitar información sobre actividades musicales, es por ello que se atacarán directamente dichos medios.

Las virtudes y beneficios del servicio fueron tomadas de las peticiones realizadas por los posibles usuarios, por lo que en todo momento se deberán resaltar dichos elementos.

Debido a ser un proyecto apoyado por un ente del estado se contará con el apoyo de los medios de comunicación así como de cierto soporte económico, el cual servirá para desarrollar el plan a su totalidad.

CAPÍTULO VIII

8. RECOMENDACIONES

Al culminar el trabajo de investigación con el tema: “Estudio de factibilidad para creación de cuartos de ensayo para músicos de rock nacional .Elaboración de plan de mercadeo para comercializarlo”, se recomendó lo siguiente:

Analizar de manera objetiva los resultados obtenidos en la investigación, para tomar la decisión de echar andar el proyecto, ya que la muestra estudiada reflejó que la creación de este representaría un gran apoyo e impulso al gremio musical de El Salvador, lo cual sin duda conllevaría al fortalecimiento cultural del país.

Aprovechar la aceptación para proyectar una buena labor y una buena imagen por parte de la institución del estado que avalaría el proyecto, en este caso CONCULTURA.

En caso de tomar la decisión de hacer efectivo el presente trabajo de graduación, se recomendó a CONCULTURA, buscar apoyo de organismos internacionales como embajadas y centros culturales, que brinden su apoyo ya sea en el inicio o en mantenimiento del proyecto. Esta acción podría incluso ayudar, a la interrelación entre artistas nacionales e internacionales.

De ser un hecho la creación del proyecto, sería de suma importancia darle un mantenimiento constante, ya que la investigación arrojó que algunos artistas poseían poca credibilidad frente a proyectos del estado, pues opinaron que la gran mayoría de estos, eran atendidos solo en los primeros meses después de creados.

Al crearse el proyecto, finalmente se recomienda desarrollar el plan de mercadeo planteado para dar a conocerlo y para mantenerlo con éxito. Al contar con la

presencia del servicio en el mercado salvadoreño después de un tiempo, sería de mucha utilidad realizar una nueva investigación de mercado para obtener insumos que ayuden a innovar dentro del mismo proyecto.

Por último se recomienda realizar un estudio de factibilidad económica a fondo, este con el objetivo de determinar la rentabilidad del proyecto.

CAPÍTULO IX

9. FUENTES CONSULTADAS

Fuentes consultadas en Internet

-Sitio: Acae Español

Nombre del artículo: Historia del aislamiento acústico

Dirección:

URL:[http://www.acae.es/acae1/h/historia%20del%20aislamiento%20ac%FAstico%20\(dasf0201\)/historia%20del%20aislamiento%20ac%FAstico%20\(dasf0201\).html](http://www.acae.es/acae1/h/historia%20del%20aislamiento%20ac%FAstico%20(dasf0201)/historia%20del%20aislamiento%20ac%FAstico%20(dasf0201).html)

Fecha consultada: Marzo 2008.

-Sitio: Acae

Nombre del artículo: Aislamiento Acustico

Dirección:

[http://www.acae.es/acae1/h/historia%20del%20aislamiento%20ac%FAstico%20\(dasf0201\)/historia%20del%20aislamiento%20ac%FAstico%20\(dasf0201\).html](http://www.acae.es/acae1/h/historia%20del%20aislamiento%20ac%FAstico%20(dasf0201)/historia%20del%20aislamiento%20ac%FAstico%20(dasf0201).html)

Fecha Consultada: Mayo 2008

-Sitio: Infomipyme

Nombre del artículo: Plan de Mercadeo

Dirección: <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Marketing/mercadeo.html>

Fecha Consultada: Mayo 2008

-Sitio: Infomipyme

Nombre del artículo: Plan de Mercadeo

Dirección: <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Marketing/mercadeo.htm>

Fecha consultada: Marzo 2008

-Sitio: Monografías

Nombre del artículo: Estudio de Factibilidad

Dirección:

URL: <http://www.monografias.com/trabajos42/proyecto-de-servicios/proyecto-de-servicios.shtml>

Fecha consultada: Marzo 2008

-Sitio: Mi Tecnológico

Nombre del artículo: Factibilidad Investigación

Dirección: URL:<http://www.mitecnologico.com/Main/FactibilidadInvestigacion>

Fecha consultada: Marzo 2008

-Sitio: Monografías

Nombre del artículo: Proyecto de servicios

Dirección: <http://www.monografias.com/trabajos42/proyecto-de-servicios/proyecto-de-servicios.shtml>

Fecha Consultada: Mayo 2008

-Sitio: Terra

Nombre del artículo: Descripción de cuartos

Dirección: <http://www3.terra.com.co/musica/articulo/html/mus2118.htm>

Fecha Consultada: Junio 2008

-Sitio: Wikipedia

Nombre del artículo: Diccionario

Dirección: URL:<http://www.wikipedia.com>

Fecha consultada: Marzo 2008

-Sitio: Wikipedia

Nombre del artículo: Cultura.

Dirección: <http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>

Fecha Consultada: Mayo 2008.

-Sitio: Wikipedia

Nombre del artículo: Arte.

Dirección: <http://es.wikipedia.org/wiki/Arte>

Fecha Consultada: Mayo 2008.

-Sitio: Wikipedia

Nombre del artículo: Orígenes del Rock and Roll.

Dirección: http://es.wikipedia.org/wiki/Or%C3%ADgenes_del_rock_and_roll

Fecha Consultada: Mayo 2008.

-Fuente: Folleto de estudio.

Tema: Segmentación de Mercado

Cátedra: Mercadeo 1 de Escuela de Comunicaciones de Universidad Dr. José Matías Delgado impartida por Lic. Héctor Gómez Lemus.

Fecha Consultada: Marzo 2009.

-Fuente: Trabajo de Investigación titulado: Nivel de Aceptación de Ágora de El Salvador entre las mujeres consumidoras de zapatos de los departamentos de Santa Ana y Sonsonate.

Tema: Hipótesis y Comprobación de Hipótesis.

Cátedra: Investigación de Mercado de Escuela de Comunicaciones de Universidad Dr. José Matías Delgado impartida por Lic. Héctor Gómez Lemus.

Fecha Consultada: Marzo 2009.

CAPÍTULO X

10. ANEXOS

10.1 Entrevista Dirigida

Nº.....

Universidad Dr. José Matías Delgado



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE CREACIÓN DE CUARTOS DE ENSAYO PARA MÚSICOS DE ROCK NACIONAL Y ELABORACIÓN DE PLAN DE MERCADERO PARA COMERCIALIZARLOS

Indicación:

Agradecer al entrevistado por su tiempo y explicarle al la razón de la reunión (sin profundizar demasiado para no influir en sus respuestas)

Datos Generales

- A) Nombre
- B) Edad
- C) Nombre de la Agrupación
- D) Número de Integrantes
- E) Instrumento
- F) ¿Suele ensayar con su agrupación?
- G) ¿Con que frecuencia?
- H) Usualmente, ¿en qué horario ensayan? (Días y horas)
- I) ¿En donde ensayan? (costo de inversión por el uso del lugar)
- J) Usualmente, ¿Cómo se transporta para llegar a su lugar de ensayo?
- K) ¿Se siente seguro en el lugar donde ensayan?
- L) ¿Cómo lo haría más seguro?
- M) Si algún ente del estado creara cuartos de ensayo y brindara el servicio a los músicos nacionales, ¿estaría dispuesto a formar parte de este proyecto?

(Profundizar en los temas de infraestructura, atención al cliente, valor agregado y mobiliario)

20. Si se creara un lugar para cuartos de ensayo ¿Cómo se imagina la infraestructura del mismo?

- tamaño
- estructuras

- Numero de cuartos
- decoración etc.

21. Además de las salas de ensayo, ¿con que otros servicios debe contar el lugar?

- cafetería
- biblioteca
- taller de reparación de instrumentos
- bodega
- Estudio de Grabación
- oficinas de atención al cliente etc.

22. ¿Considera útil la creación de un estudio de grabación dentro del lugar? Si contesta si pasar a la siguiente pregunta, si la respuesta es negativa pasar a la número 5

23. ¿Cómo visualiza el estudio de grabación? Requisitos mínimos.

24. En cuanto instrumentos y equipo de sonido ¿Qué deben poseer los cuartos de ensayo?

- Instrumentos
- amplificadores
- fuentes de poder, etc.

25. ¿Qué tipo de equipamiento físico le gustaría que contengan los cuartos de ensayo? (aparte de los instrumentos y equipo de sonido)

- Aire Acondicionado
- Voltaje
- Regletas
- Entradas de Audio
- Lugar de descanso
- Decoración, etc.

26. En el caso específico de su banda ¿Necesita que todos los cuartos estén equipados o podría únicamente alquilar las salas vacías?

27. ¿Qué tipo de profesionales y/o expertos deben de trabajar en los cuartos de ensayo? Descríbalos

- Técnicos en reparación de instrumentos
- Profesores de música
- Ingenieros Eléctricos, etc.

(Profundizar en cercanía, seguridad y accesibilidad)

28. ¿En qué zona ubicaría un lugar con cuartos de ensayo? ¿Por qué?

29. De acuerdo a la zona escogida, ¿Considera importante la creación de un parqueo?(si contesta si, continuar con la pregunta 11, si contesta no trasladarse a la pregunta 12 y continúe)

30. ¿Cómo debe ser este?

- Estructura
- Capacidad

31. ¿Si existiera un lugar con las características que antes menciono estaría dispuesto a hacer uso del servicio? ¿Por qué? Si contesta que no pasar a la pregunta 16

32. ¿Con que frecuencia haría uso del servicio?

33. ¿De qué manera programaría sus ensayos?

- Calendario definido
- Reservación por día

34. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar como banda? Y ¿de qué manera realizarían el pago?

- Mensual
- Semanal
- Cancelar el número de horas que se utilice el servicio

35. ¿Cuál sería su opinión, si CONCULTURA desarrollara el proyecto "cuartos de ensayo para músicos de Rock Nacional"

36. ¿Por cuáles medios usted se informa acerca de la oferta de servicios, productos o cualquier actividad relacionada con la música?

37. ¿Cuál prefiere?

38. Según su criterio ¿Cuál sería la mejor manera de dar a conocer este servicio?

Observación
directa: _____

10.2 Historia del rock nacional de los 90's por Oscar Leiva Marinero, El Faro.net

El Rock en los 90's

La década de los 90 trajo cambios en todo el mundo. La guerra fría acaba y en El Salvador las balas dejan de sonar. La juventud encuentra nuevos espacios y más libertad para explotar la vida nocturna. El ambiente es fecundo para un "boom", o resurgimiento de bandas de garage. Los espacios adonde tocar también se multiplican.

En Estados Unidos un fuerte movimiento revitaliza al rock. El llamado Rock Alternativo va de la mano con la generación X – la última camada de jóvenes del milenio -. El movimiento nace y se desarrolla en Seattle, en el gris estado de Washington. Estas bandas tiene un perfil diferente y antagónico con la imagen de las grandes bandas de rock como Guns n´ Roses y Metallica.

Los "alternos", parecen gente común alejada de la imagen de los Rock Star. La apariencia descuidada se convierte en moda. Las camisas a cuadros de leñador y los zapatos All Star y Vans se vuelven requisito. El pelo largo y pintado empieza a verse en las calles de San Salvador.

Grupos como Nirvana, Pearl Jam, Soundgarden, Blind Melon y Candlebox se volvieron en los portadores del sentimiento de los generación X. A este tipo de sonido se le bautiza como Grunge. El rock explora y experimenta nuevos sonidos.

En El Salvador algunos grupos de rock empiezan a apostarle a la creación de música original. Algunos grupos como Adrenalina y REDD logran salir del anonimato y logran hacerse de seguidores.

Sin embargo, en el momento muchos grupos se dedicaban a tocar covers. Se escuchaban nombres como HASH, OBLIVION y ROTTEN APPLES. Los grupos

tocaban música en inglés. Sus nombres también reflejan la gran influencia norteamericana en el rock.

Los lugares adonde habían "toques", eran más abundantes. De los más recordados está "El Zanzíbar", que estaba en frente del Colegio Cristóbal Colón. El "Tunal Khan", que se encontraba por Kismet Escalón. "El Jarro" que estaba en la zona Rosa. El "Chantilly", antes en el paseo general Escalón. "El Señor Tortuga" y el "Hard Core Café" en la zona del Camino Real. Todos estos bares fueron cerrando. El único lugar que parece sobrevivir a los vaivenes comerciales es La Luna Casa y Arte, quizá una de las últimas mezquitas del rock salvadoreño.

"El cuento del Sapo Legendario"

Roberto Torres, alias "el sapo", alias "el greñas"; es uno de los símbolos de la generación rockera de los 90's. Sin proponérselo, el actual vocalista de Clandestino 10 – 4 lleva más de 10 años en el mundo "underground", del rock. Los rockeros de esta generación recuerdan con nostalgia los tiempos en que "El Sapo", cantaba en La Iguana. Esta banda dejó una huella imborrable en el folklore rockero salvadoreño.

Torres recuerda que en sus "tiempos mozos", las bandas rockeras que triunfaban a finales de los 80 eran **Alux Nahual, Bronco y Alma de Fuego**. Fue en el año 90 en que El Sapo dio sus primeros "pininos" en el mundo del rock.

EL FARO: ¿Como fue que te iniciaste en el rock?

Roberto Torres: Mi primer contacto con el rock fue bien chistoso... Yo no tocaba rock es más... yo tocaba en un grupo cristiano evangélico. Tocaba la batería en la iglesia y también cantaba cuando tenía unos 12 años. Después que me salí de la iglesia y empecé a tocar música andina... la zampoña, la kena, percusiones...

Una vez estábamos tocando con un grupo en el Colegio Santa Cecilia y un chavo de una banda que se llamaba **MASS**, me llegó a decir "Mirá chavo, querés cantar

rock"... Yo le dije que no sabía mucho de rock, le dije que lo único que había escuchado era grupos como **Black Sabbath** y **Deep Purple**... solo clásicos.

Fue así como empecé con MASS. Eso fue en el 92. Después me salí de MASS.

¿Por qué?

No estábamos haciendo nada original... había buena onda con los chavos tocábamos bien y a la mara le gustaba. Éramos el grupo "de planta", del Bar Zanzibar. Ahí me empecé a corromper (Se ríe).

Luego de eso me salí porque yo ya conocía a Hulk y a Leo (integrantes de La Iguana) desde antes... Por ahí por el 94 ellos estaban en **P.I.G.** Ellos me vieron cantar en MASS y les gustó el rollo. Fue entonces que hicimos **Oblivion**.

Oblivion era un grupo de covers... ¿Qué música tocaban?

Si, tocábamos de Alice in Chains, Soundgarden, un par de Rush, Temple of the Dog, Faith No More... Rock clásico como Black Sabbath y Iron Maiden.

Después de un par de meses de estar en Oblivion... en la alineación original estaba "El Pandý", en la segunda guitarra y Paul García que era el baterista. Salió Paul y nos quedamos sin batero. Después se unió Juan Carlos Chavarría en la batería.

Después de unos 6 meses de estar con Oblivion, decidimos tocar pura música original. Como ya no estaba ni Paul ni Pandý decidimos cambiarnos el nombre a "La Iguana". Este fue un cambio bien difícil porque con Oblivion se llenaba por que la gente llegaba por los covers. Cuando salimos de repente con música original nos bajó la afluencia de gente, pero luego volvió a subir.

El gran mérito de La Iguana es que fue una de las primeras bandas, de las muchas que habían en el momento, que decidieron dejar de tocar covers en inglés y empezar a tocar música propia, música original en español... ¿Fue difícil?

Tuvimos que aventurarnos. En los primeros toques no era la misma cantidad de gente que llegaba a los de Oblivion. Poco a poco la gente lo aceptó. Así empezaron muchas bandas también a hacer música original y a tocar en los festivales.

Las letras de las canciones de La Iguana hablan de temas políticos. Un ejemplo es "Yes Patrón". Esa canción hace un cambio curioso a la oración del padre nuestro...

Sí, dice:

*"Patrón nuestro que estás en el norte,
capitalizado sea tu nombre...
depórtanos de tu reino.
Sea hecha tu voluntad en El Salvador
Como en Latinoamérica.
El pan nuestro de cada día impórtanoslo
y explórtanos así como nosotros a nuestros trabajadores
No nos dejes caer en revolución
Más líbranos de marx,

Por que tuyo es el reino, el poder... por los siglos de los siglos OK".*

Es una burla a la dependencia que tenemos con esos "cabrones".

¿Porqué proyectar este tipo de mensajes a la juventud? ¿En qué puede contribuir el rock diciendo estas cosas?

A sacar a la luz la realidad. La verdad es que es un compromiso que las bandas deben de aprovechar. El rollo del rock en su esencia es una expresión rebelde... No una rebeldía sin causa. El rock puede ir destruyendo tabúes... El impulso se transforma en música y la música puede ir rompiendo esquemas.

Las bandas deben aprovechar el espacio que les da la mara para difundir mensajes. La tarima te la presta la mara. Vos estas ahí porque la mara quiere que estés ahí. Si ellos no te aceptan no podes estar ahí. De lo que se trata es hacer una expresión pura. No importa de qué se trate.

¿La Iguana experimentó alguna dificultad por los contenidos de las letras de sus canciones?

Para empezar... la mayoría de las radios nos cerraron la puerta. No se quisieron comprometer... no les pareció. La única radio que nos había echado la mano era la radio Astral (94.9 FM) se "aculeró", y nos dijo que no.

¿Escribías las letras de La Iguana... también lo haces en Clandestino?

En La Iguana escribía todas las letras. En Clandestino mitad y mitad... Lo que me gusta de Clandestino es que no sólo es mi manera de pensar... sino que todos contribuyen con las letras.

Hay mucha coherencia entre los mensajes de La Iguana con los de Clandestino... Ustedes mismos han dicho "somos el clan de los oprimidos".

¿Pueden ser considerados ustedes un rock de protesta?

Yo me atrevería da decir que las bandas de repente empezaron a.... no a imitar, sino que a tomar el riesgo de empezar a hablar de esas cosas. Necesitaban a alguien que rompiera el hielo. Que dijera "vale verga... hablemos de eso". Las bandas empezaron a decir mensajes arriesgados.

Siento que hay una continuidad entre las letras de la Iguana y ahora Clandestino. Pienso que la crítica social en Clandestino es más fuerte y más comprometida con

la verdad. Con La Iguana terminamos porque no estaban de acuerdo con los mensajes políticos. Con Clandestino todos tenemos la misma ideología.

¿Puedes hablarnos de qué tratan temas de Clandestino como "Rifa"?

"Rifa" es una rola que me gusta mucha. No la hice yo... la hizo Alex Molina. Es una canción que pelea por la integración de las maras. El fenómeno de las maras es una sub cultura que se formó.

Un caso de esta integración se dio para el terremoto. En Santa Elena las dos maras "MS" y "18" siempre tenían pleitos. Pero para el terremoto ellos decidieron unirse para hacer un cordón de seguridad y evitar los saqueos. Esa canción se la hemos dedicado a las maras de Santa Elena.

Nosotros de hecho estamos planeando un rollo que se llama "Gira Sangre Unida"... queremos dar conciertos gratis para que sea un espacio en el cual las dos maras se comprometan a estar juntas y puedan convivir.

Nosotros no les pedimos que se salgan de las maras... Esa es una subcultura que es una sociedad para ellos muchas veces por buscar una familia. Nosotros les decimos que toda esa energía que tienen y toda esa cultura y fe que tienen en su mara, que la apliquen más positivamente. Que no peleen... que mejor cuiden a su comunidad... tenemos la idea de formar concursos de rap y la mejor canción poder incluir en un disco...