

UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONOMÍA

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE ENTRETENIMIENTO Y
ESPECTÁCULOS EN LA CIUDAD DE QUITO

PROYECTO DE FIN DE CARRERA PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL CON ÉNFASIS EN MARKETING

DIANA CAROLINA MOGOLLÓN ALMEIDA

DIRECTOR: MARCO ANTONIO ACOSTA

QUITO

DICIEMBRE 2013

DECLARACIÓN DE ACEPTACIÓN DE NORMA ÉTICA Y DERECHOS

El presente documento se ciñe a las normas éticas y reglamentarias de la Universidad de los Hemisferios. Así, declaro que lo contenido en éste ha sido redactado con íntegra sujeción y respeto de los derechos de autor, citando adecuadamente las fuentes. Por tal motivo, autorizo a la Biblioteca a que haga pública su disponibilidad para lectura, a la vez que cedo los derechos de publicación a la Universidad de Los Hemisferios.

De comprobarse que no cumplí con las estipulaciones éticas, incurriendo en caso de plagio, me someto a las determinaciones que la propia Universidad plantee. Asimismo, no podré disponer del contenido de la presente investigación a menos que eleve por escrito el requerimiento para su evaluación a la Comisión Permanente de la Universidad de Los Hemisferios.

Diana Carolina Mogollón Almeida

1716122591

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Dedico este trabajo a mi familia, mis padres Germán y Ximena por todo su amor incondicional, porque siempre estuvieron apoyándome y alentándome para seguir. A mi hermano Andrés que ha sido un compañero excepcional, mi cómplice, mi amigo en todo el transcurso de mi vida, desde que tengo uso de razón. A mi tío Edgar por acompañarme en esta etapa de mi vida.

Agradezco a Dios, por darme fortaleza, y la oportunidad de realizar este trabajo. A mis profesores que han sido los que me han enriquecido intelectual y moralmente a lo largo de mi carrera, especialmente mi director de tesis Marco Antonio Acosta que gracias a él se hizo posible este proyecto, y también quiero agradecer a personas que tienen grandes conocimientos y calidad humana como: Diego Montenegro, Alejandro Rivadeneira, Francisco Ávila, Hernán López, Juan Fernando Daza, Alfonso Boada, María Ángeles Zambrano, Cathy Elliot, Efraín Gabela, Guillermo Cepeda y en general todas las personas de los que me han dado una parte de tiempo, de sus conocimientos, de su ayuda, en algunos casos de su alegría y de su ser.

Con cariño,

Diana Carolina Mogollón Almeida

ÍNDICE

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL SECTOR INDUSTRIAL	19
1. Análisis general.....	19
1.1 Análisis del ambiente global	19
1.2 Ambiente Internacional.....	21
1.3 Ambiente Nacional	25
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	28
2. Concepto de la investigación de mercados	28
2.1 Objetivos de la investigación	28
2.2 Fuentes de información.....	29
2.3 Técnica para la recolección de datos	29
2.4 Determinación del tamaño de la muestra.....	30
2.5 Selección de Estratos Sociales	33
2.5.1 Características de Estrato Social Alto (A)	33
2.5.2 Características de Estrato Social Medio Alto (B).....	35
2.5.3 Características de Estrato Social Medio Típico (C+)	36
2.5.4 Características de Estrato Social Medio Bajo (C-)	38
2.5.5 Características de Estrato Social Bajo (D)	39
2.6 Tabulación de la investigación	44

2.7 Tablas de resultados	44
2.8 Conclusiones de la Investigación.....	44
2.8.1.El segmento de estrato social medio bajo (C-)	44
2.8.2.El estrato social medio (C+).....	45
2.8.3.El estrato social medio (B).....	45
2.8.5.División por edades.....	46
2.8.6.Conclusiones de la entrevista a “Juan Fernando Velasco”(Ver anexo 2)	47
2.8.7.Conclusiones de la entrevista a “Darío Castro, Vocalista y compositor de Verde 70”	48
2.8.8.Conclusiones de la entrevista de Fausto Miño	48
2.8.9. Conclusiones de entrevista con “Francisco Terán”	49
2.8.10. Conclusiones de Entrevista con Israel Brito	49
2.8.11.Conclusiones de la entrevista a “David Checa” Director General de SAYCE	50
2.8.12.Conclusiones de la Entrevista hecha en línea a Papá Changó	51
2.8.13. Conclusiones de la conferencia de Diego Miño	52
2.8.14. Conclusiones de la conferencia de Dave Grohl.....	52
2.8.15. Conclusiones de las Entrevistas hechas a las radios (Ver Anexo 12)	53
2.9 Conclusiones generales	54
PLAN DE MARKETING	56
3. Concepto del Plan de Marketing.....	56
3.1 Objetivos del Plan de Marketing	56
3.2 Segmentación de mercados.....	57
3.3 Selección de mercado potencial.....	58

3.4 Posicionamiento	59
3.5 Estrategia de las 4 P's	59
3.5.1 <i>Producto o Servicio:</i>	59
3.5.2 <i>Precio</i>	66
3.5.3 <i>Promociones</i>	68
3.5.4 <i>Plaza</i>	68
3.6 Estrategia de lanzamiento	69
3.7 Estrategia de comunicación y publicidad	71
3.8 Plan de medios	72
3.9 Ejemplos publicitarios	76
3.10 Control de Marketing	77
ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	80
4. Concepto del análisis administrativo	80
4.1 Empresa - Factores Micro-entorno	80
4.1.1 <i>Cadena de Valor de Michael Porter (1985)</i>	83
4.2 Requerimientos jurídicos	84
4.3 Estructura Organizacional	85
4.4 Responsabilidad Social Empresarial	86
4.5 Logística y procesos implementados	87
4.5.1 <i>Proceso de Planificación</i>	88
4.5.2 <i>Proceso de Publicidad</i>	89
4.5.3 <i>Selección de Auspiciantes</i>	90
4.5.4 <i>Pre-Producción del concierto</i>	91

4.5.5 Impuestos y permisos	92
4.5.6 Proceso de producción del evento:	93
ANÁLISIS FINANCIERO	95
5. Concepto del análisis financiero	95
5.1 Premisas	97
5.3 Gastos Variables	100
5.4 Costos aproximados	102
5.5 Balance General	103
5.6 Estado de Pérdidas y Ganancias	104
5.7 Flujo de Caja	105
5.8 Índices Financieros	106
5.9 Punto de Equilibrio:	107
LIDERAZGO	109
6. Concepto de liderazgo	109
6.1 La Pasión	109
6.2 El Sacrificio	110
6.3 Empezar a soñar	111
6.4 Tener un equipo adecuado	111
6.5 Los detalles hacen la diferencia	112
6.6 Calidad sobre cantidad	113
6.7 La comunicación	114
CONCLUSIONES	115
BIBLIOGRAFÍA	118

ANEXOS ¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta	122
Anexo 2 Entrevista a “Juan Fernando Velasco” con Marlon Becerra (2012)	143
Anexo 3 Entrevista a “Darío Castro” con Diana Carolina Mogollón. (2012)	149
Anexo 4 Entrevista “Fausto Miño con Rosalía” 2012	155
Anexo 5 Entrevista a “Francisco Terán” con Diana Carolina Mogollón (2012)	160
Anexo 6 Entrevista a Israel Brito con Lola Guevara y Diana Carolina Mogollón. (2012)	164
Anexo 7 Entrevista para “Papa Chango” con Diana Carolina Mogollón 2013. En línea..	172
Anexo 8 Entrevista a David Checa (2012)	177
Anexo 9 Conferencia de Diego Miño (2011)	182
Anexo 10 Discurso de Steve Jobs (2005)	184
Anexo 11 Discurso DaveGrohl(2013)	189
Anexo 12 Radio Disney 90.5 FM	201
Anexo 13 Requerimientos para poder constituir una compañía legalmente	212
Anexo 14 Requisitos en la Superintendencia de compañías	213
Anexo 15 Espectáculos públicos	214
Anexo 16 Para el registro de un Marco de Espectáculo Público	215
Anexo 17 Sistema de seguridad y plan de contingencia de emergencias	216
Anexo 18 Factores Macro- Entorno	218

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	24
Cuadro 2.	30
Cuadro 3.	31
Cuadro 4.	32
Cuadro 5.	41
Cuadro 6.	57
Cuadro 7.	58
Cuadro 8.	58
Cuadro 9.	64
Cuadro 10.	65
Cuadro 11.	66
Cuadro 12.	70
Cuadro 13.	73
Cuadro 14.	73
Cuadro 15.	74
Cuadro 16.	74
Cuadro 17.	75
Cuadro 18.	76

Cuadro 19.	97
Cuadro 20.	99
Cuadro 21.	100
Cuadro 22.	100
Cuadro 23.	101
Cuadro 24.	101
Cuadro 25.	102
Cuadro 26.	102
Cuadro 27.	102
Cuadro 28.	103
Cuadro 29.	104
Cuadro 30.	105
Cuadro 31.	106
Cuadro 32.	107
Cuadro 33.	108
Cuadro 34.	108

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.....	20
Gráfico 2.....	23
Gráfico 3.....	23
Gráfico 4.....	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	33
Figura 2.....	60
Figura 3.....	61
Figura 4.....	61
Figura 5.....	63
Figura 6.....	69
Figura 7.....	69
Figura 8.....	76
Figura 9.....	77
Figura 10.....	78
Figura 11.....	80
Figura 12.....	85
Figura 13.....	88
Figura 14.....	89
Figura 15.....	90
Figura 16.....	90
Figura 17.....	92
Figura 18.....	93

Figura19.....	112
---------------	-----

RESUMEN EJECUTIVO

La industria musical ecuatoriana se ha visto afectada por varios factores, tales como: la piratería, baja educación musical, radios con formatos internacionales que captan gran parte del público, desconocimiento de la música ecuatoriana, desvalorización de la música como una carrera profesional, etc.

La piratería, pesar de ser un delito este problema es considerado más un problema cultural. La gente se acostumbró a comprar un disco a un dólar. Otros factores han tenido un impacto positivo en los últimos años, el tema de la educación, ha ido incrementando fuertemente y ahora varias universidades tienen la carrera de música como una opción para una carrera de formación profesional. Igualmente las leyes están apoyando a los artistas ecuatorianos y las radios van a tener que poner más música producida nacionalmente. Otro punto a favor, ya que esto resolvería el problema de desconocimiento de la música nacional.

La industria musical está cambiando radicalmente y ahora el negocio más rentable para un artista es la producción de conciertos en vivo. Respaldando esta afirmación, se puede decir que en estos últimos años los conciertos han incrementado notablemente por artistas internacionales. Según una encuesta realizada en la ciudad de Quito a mil seiscientas personas de diferentes edades y clases sociales, al 53% de los encuestados prefieren un *show* de tipo concierto. El 41% de ellos respondió que no les gusta la producción nacional. Varios de ellos no conocen la música ecuatoriana.

EME producciones tiene como objetivo apoyar a la producción musical de eventos masivos de artistas nacionales, para así promover e incrementar la cultura musical. Se buscaría artistas que tengan talento, música propia y que tengan una base de educación musical. Igualmente los artistas que se les ha entrevistado han tenido una educación musical previa, antes de tener éxito y un amor muy profundo a lo que hacen. Se trataría de buscar gente con características similares.

Se provee rentar una oficina en la ciudad de Quito, en la cual se realizarán todas las gestiones para planificar los eventos y todas las contrataciones de proveedores, artistas, seguridad, etc.

En el primer año, EME producciones se pondría como una cifra aproximada, la realización de 12 conciertos y en los siguientes años esta cifra irá aumentando poco a poco, según el crecimiento de la empresa.

INTRODUCCIÓN

En el país existen pocas empresas que se dedican a organizar eventos profesionalmente, prácticamente es un oligopolio. Existen dos empresas que han tenido un gran crecimiento en el país estas son TEAM PRODUCCIONES y TOP SHOWS, ya que se han encargado de realizar los eventos internacionales más grandes en el país tales como: “TEAM producciones” realizó los conciertos de: Soda Estéreo 2007, Aerosmith 2011, Maná 2012 y por otro lado TOP SHOWS con Joaquín Sabina 2010, Deep Purple 2011, Melendi 2012. No existe una empresa en el país que organice *shows* más pequeños y que tenga un departamento de consultoría artística.

En nuestro país existe un desarrollo musical y se puede ver que actualmente existen más lugares de educación musical y más academias. Hace algunos años la única Universidad que tenía la carrera de música era la Universidad San Francisco, que fue establecida en el año 1998, después la Universidad de los Hemisferios en el año 2004 y también se abrió la carrera de música en la Universidad de las Américas en el 2010, el Conservatorio Nacional abrió la carrera de composición musical en el año 2010. El desarrollo en la educación musical es un factor que ayuda para que pueda darse un crecimiento en el negocio musical, ya que va a haber más gente capacitada por ende más variedad de artistas y más competencia. El nivel económico del país es un factor muy importante para determinar el crecimiento de cualquier negocio y se relaciona directamente con la calidad de producción nacional. El negocio de la música debe ser atractivo.

Un problema que ha atacado mundialmente a las disqueras han sido las descargas por internet, por eso están buscando nuevas formas de negocio para generar rentabilidad. El negocio de la música se está reinventando. Consecuentemente, están ofreciendo más conciertos mundialmente, incluso Paul McCartney hizo una gira por Latinoamérica, algo que antes era inalcanzable y se lo creía imposible. Ahora existen más giras, *shows*, tours de artistas por todo el mundo incluyendo Sudamérica. Este negocio ha crecido notablemente

los últimos años. En Ecuador para el año 2010 se detallaron 9 mega conciertos, para el 2011 se especificaron 15 y para el 2012 se enumeraron 12 sin terminar aún el año.

Por todo lo expuesto anteriormente, “EME Producciones” Entretenimiento Musical Ecuatoriano, va a ser una empresa con un nuevo concepto acerca del negocio musical, su principal negocio no va a ser la grabación y distribución de *CD's*, en lo que se va a concentrar va a ser en la organización de *shows* con mayor elección de conciertos o *shows* musicales, la idea sería también promover otro tipo de *shows* por ejemplo obras teatrales ecuatorianas e internacionalizar artistas ecuatorianos.

EME producciones se encargará de toda la organización del *show*, del montaje del escenario, de los efectos especiales, de realizar un trabajo creativo y posteriormente de la elaboración de una línea de productos de los artistas y bandas. Se trabajaría con artistas de alta capacitación y el show en sí sería una gran promoción para los artistas.

Uno de los motivos principales del porqué de esta empresa es el conocimiento de nuestra propia música, promover la cultura musical y dar a conocer la música ecuatoriana a los ecuatorianos y a los extranjeros.

¿Es rentable la creación de una empresa de entretenimiento, organización de eventos musicales y consultoría para artistas nacionales y extranjeros residentes en la ciudad de Quito?

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL SECTOR INDUSTRIAL

1. Análisis general

Se estudiarán diferentes ambientes del sector industrial musical tales como: ambiente global, ambiente internacional y ambiente nacional. Con estos análisis se logrará visualizar mejor las oportunidades y amenazas en la industria.

1.1 Análisis del ambiente global

En los últimos tiempos se ha visto un cambio significativo de la estructura productiva mundial con la introducción de la tecnología. Una de las grandes tecnologías que ha impactado grandemente es la tecnología de la información y comunicación (TIC) tecnologías que favorecen a la comunicación e intercambio de información actual, conectándonos más que nunca. En la industria musical la tecnología ha tenido sus pros y sus contras, podemos deducir claramente que la venta de *CD's* ha bajado en gran cantidad, aunque en países desarrollados la venta de *CD's* piratas es considerado un delito, existen varios usuarios que realizan sus descargas por internet. Este problema fue un poco controlado por Steve Jobs con iTunes Music Store, que convenció a cinco grandes discográficas musicales de firmar un único arreglo que le permitía a Steve ofrecer toda su música por iTunes Music Store, este suceso tuvo tanto éxito que todas las compañías renovaron el contrato.(Elliot, 2009). iTunes, es la plataforma que cambió el mundo discográfico al convertirse en una de las mayores vendedoras de música en el mercado. A finales de 2004, los usuarios de "iTunes" habían descargado alrededor de 200 millones de melodías, cifra que en 2008 subió a los 5.000 millones, y en 2012 se triplicó llegando hasta las 15.000 millones.

La globalización juega un papel importante ahora en el mundo. La nueva sociedad digital ha ampliado y mejorado las posibilidades de comunicación y de intercambio entre las personas e instituciones. Esto ha dado como resultado la facilidad para conocer música

alternativa y promover el intercambio cultural musical con diferentes países, sin duda ha sido algo positivo para el crecimiento cultural musical. La relación con los medios electrónicos da como resultado una nueva cultura y un nuevo modo de trabajar que extiende las posibilidades de adquirir nuevos conocimientos y de poder vincularse mejor con el mundo contemporáneo, como consecuencia también suprime personal innecesario gracias a sus grandes facilidades para ejecutar el trabajo, por ejemplo, en un estudio de grabación existen programas que fácilmente realizan el acompañamiento igual al de una banda.

“El mundo está pasando a tener nuevo patrón productivo que se basa en el conocimiento.” Costa Filho, Alfredo,(2005). Reconocido economista y planificador brasileño.

América Latina tuvo grandes dificultades para sostener la actualización tecnológica y el deterioro de los términos del comercio internacional (Cepal, 2003). Hoy en día se puede decir que tanto la tecnología como el internet han tenido una penetración bastante alta.

Gráfico 1.

Penetración Internet América Latina a principios del 2012

Penetración de Internet América Latina 2012	
Argentina	67%
Chile	59%
Uruguay	56%
Colombia	56%
Costa Rica	43%
Panamá	43%
Puerto Rico	42%
Rep. Dominicana	41%
Venezuela	40%
Brasil	39%
México	37%
Perú	33%
Ecuador	27%
Paraguay	23%
El Salvador	20%
Bolivia	20%
Guatemala	17%
Cuba	15%
Honduras	12%
Nicaragua	11%

Fuente: Internet World Stats

Con respecto al área de entretenimiento, se puede afirmar que ha habido un crecimiento en el área de entretenimiento. Últimamente, se han realizado bastantes giras de artistas internacionales en Latinoamérica, por ejemplo: Madonna, Aerosmith, Simple Plan, Red Hot Chilli Peppers, Miley Cyrus, The Jonas Brothers, Back Street Boys, The Cranberries, Paul McCartney, etc. Hasta el punto de que las bandas se han vuelto a reunir para organizar un concierto y hacer una gira. Se ha incrementado notablemente los conciertos como un tipo de negocio musical más rentable.

Por otro lado favoreciendo a la cultura y a la creatividad, existe un movimiento social llamado “Free Culture Foundation” conocido en Latinoamérica como “Cultura Libre” que promueve la libertad en la distribución y modificación de trabajos creativos basándose en el principio del contenido libre. En este concepto entran directamente las obras musicales. Fomentan la distribución de trabajos y obras creativas. Es un movimiento con su respectiva ideología que se resiste y se opone a las medidas restrictivas de las leyes de derechos de autor o copyright, que varios miembros del movimiento fundamentan que obstaculizan la creatividad.

Creative Commons es un sitio en internet donde se puede compartir las obras protegiéndolas con diferentes tipos de licencias bajo el concepto de *copy left*. Estas licencias son menos restrictivas y se le permite al autor compartir su obra para que otras personas puedan crear obras derivadas, hacer cambios, aumentarle, disminuirle, sin perder la autoridad sobre su creación.

1.2 Ambiente Internacional

En varios países se han creado leyes contra la piratería, para no causar daños a los artistas, protegiendo así los derechos de autor. En Estados Unidos y en algunos países de Europa es un delito la venta de *CD's* piratas y es considerado como plagio. La ley de la propiedad industrial tipifica a la piratería como un delito grave, lo que no está considerado un delito es descargar música por internet en Estados Unidos, el tribunal supremo norte-americano lo dictaminó así. Con todo este crecimiento tecnológico, se ve un poco afectada de cierta forma la industria musical para todos los artistas, pues las cosas han cambiado un poco, antes su mayor ingreso provenía de la venta de discos ahora han tenido que verse obligados inventar y trabajar nuevas formas para incrementar sus ingresos, por eso ahora existen mayor número de conciertos en todas las ciudades del mundo incluyendo obviamente al

Ecuador. Ahora existen giras en todo el mundo de toda clase de artistas. Se puede ver ahora el negocio de la música como un negocio de entretenimiento, las empresas que han crecido notablemente y no están preocupadas de la piratería son las empresas que están encargadas de realizar espectáculos y eventos.

Para citar algunos acontecimientos ocurridos en este maravilloso e incierto mundo de la música, se pondrá como ejemplo el caso Tower Records, una empresa que funcionó desde el año 1960 hasta el 2006, año en el cual se declaró en banca rota, actualmente funciona como una tienda virtual que vende música por internet, tuvo un cambio drástico e inesperado. El *core business* de Tower Records era la venta de *cassettes*, *CD's*, *DVD's*, posteriormente de libros, el caso es que no solamente Tower records quebró, podemos decir que, casi todas las tiendas de discos quebraron y que, solamente quedaron unas pequeñas tiendas de discos originales.

Por otro lado quiero citar empresas que aún están funcionando pero ya no son tan lucrativas como antes, Sony BMG, Universal Music, EMI Music, son las empresas más importantes mundialmente y que han tenido que buscar formas de solventar el negocio, su *core business* es la grabación de discos, publicidad, *merchandising*, distribución y comercialización de discos; estas compañías están todavía en pie es porque también hacen parte de diversos negocios y gracias a iTunes que cobra 0.99 centavos de dólar por cada canción descargada.

Finalmente, están las empresas de entretenimiento que se encargan de la realización de eventos y espectáculos, una de las más importantes en Estados Unidos es Live Nation Entertainment, Inc. Aunque su *core business* es realizar eventos, esta empresa también contrata a artistas como un sello discográfico, pero no se adueña de su música, sino que la promueve. Según la Corporación Interamericana de Entretenimiento, Live Nation, anualmente promueve más de 22.000 eventos, incluyendo conciertos y espectáculos teatrales, con una participación superior a las 50 millones de personas.

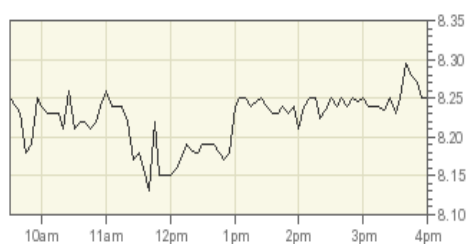
- El precio de una acción en diciembre del 2011 era de \$ 8.11

Gráfico 2.

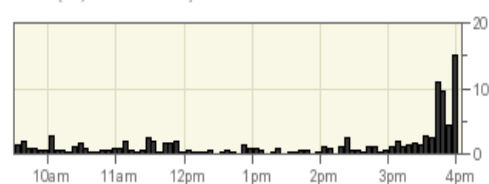
Precio de Acciones 2011

Símbolo	Última transacción 20 de diciembre 11	NYSE Sólo Cerrar 20 de diciembre 11	Cambio	Volumen 20 de diciembre 11
LYV	\$ 8.11	8.24	0,00 (0,00%)	1396243

Stock Price in Dollars



Volume (10,000s of shares)



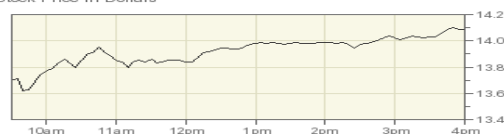
- Para junio del 2013 el precio aumentó a US\$ 14.09

Gráfico 3.

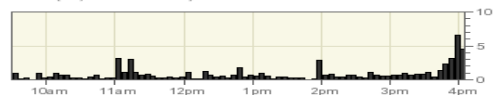
Precio de las acciones 2013

Symbol	Last Trade 16:03 07 Jun	Change	Volume
LYV	\$ 14.09	+0.40 (+2.92%)	668,677

Stock Price in Dollars



Volume (10,000s of shares)



© 2011 NYSE Euronext.

Todos los derechos reservados. Precios en tiempo real proporcionado por NYSE

Fuente: Bolsa de valores de Nueva York

En Latinoamérica, la empresa más grande de entretenimiento en vivo es la compañía brasilera llamada “T4F” Time for Fun S.A., ésta ocupa el tercer lugar mundialmente entre las empresas de entretenimiento, según la Corporación Interamericana de Entretenimiento. La empresa opera en Brasil, Argentina y Chile. Esta empresa aumentó sus ingresos de (Reales moneda de Brasil) R \$ 434.6MM a R \$ 569.2MM

Cuadro 1.

Empresa Time 4 Fun

Tipo	Sociedad anónima
Industria	Entretenimiento
Fundado	1983
Sede	São Paulo, Brasil
Persona clave	Fernando Luis Alteiro (Presidente y CEO)
Productos	Conciertos, espectáculos, teatro.
Ingresos	US\$ 307,3 millones (2010)
Ingresos netos	US\$ 20,7 millones (2010)

Fuente: Time 4 Fun, Comissão de Valores Mobiliários do Brasil

La empresa T4F, que actúa en el sector de shows y espectáculos, concluyó la apertura de capital captando R\$ 539,3 millones. Se trata de la sexta apertura de capital realizada este año en la BM&F Bovespa, Bolsa de Valores de São Paulo. Cada acción llegó a valer R\$16, esto es alrededor de US\$ 8 dólares americanos.

El presidente de la Bolsa de Valores de São Paulo, el señor Edemir Pinto, hizo un comentario acerca de los negocios de eventos y conciertos “Es la entrada de un nuevo segmento en el mercado de acciones, el de shows y eventos”, durante la ceremonia del debut de los papeles. Según lo redactó Peroni, en “*Brasil Económico*” en el 2011.

1.3 Ambiente Nacional

Ciertamente Ecuador también tiene leyes para proteger los derechos de autor, pero lamentablemente, se puede ver que no se respetan estas leyes. En algunos países en desarrollo, como el nuestro, no se tiene ningún control con los *CD's* piratas, estas hasta facturan para el SRI. Lo que se ha logrado es un acuerdo de que no se puede piratear a artistas y cineastas ecuatorianos. Casi nadie está dispuesto a pagar US\$15 por un *CD* si en la calle lo consigue a \$1, a menos que el disco tenga algún valor extra-ordinario, sea algún fanático, su banda favorita, o algún tipo de colección.

En el Ecuador había grandes tiendas de música antes del año 2000. Desde la década de los 90, locales de Audio y Video, que tenían un sin número de ventas, cerraron. El caso de Tower Records, mencionado anteriormente, ingresó al Ecuador en 1990. En 2004 Tower Records se declaró en bancarrota, según *“El Diario El Universo”*. Después de unos años, puso en liquidación toda su mercadería y cerró sus locales de manera definitiva en Ecuador. Otras tiendas como: Music Plus y Musicalísimo también cerraron sus grandes locales, ahora quedan pocas y pequeñas.

La aparición de descargas gratuitas e ilegales por internet han generado la destrucción de casi el 98% de las ventas de discos a en el periodo 2000 - 2010. Según la Sociedad de Autores (SAYCE) más del 95% de disco y filmes en Ecuador son piratas. Según Omaira Moscoso, presidenta de la Asociación Ecuatoriana Comerciante de Productos Audiovisuales (ASECOPAC) dice que los productos que se comercializan son una réplica que no paga derechos de autor y se venden como tal, en cambio los productos piratas son una réplica exacta incluso con el sello y se venden al mismo precio.

Según Omaira Moscoso, en el país existen unas 60.000 tiendas que emplean a 150.000 personas, que mayormente son mujeres que sustentan a su familia ellas solas. Sin embargo, David Checa presidente de SAYCE, argumentó que no por fomentar el empleo se deben comercializar productos ilegales. Lo mencionaron en *“El Diario en línea Hoy”* Abril 2011.

En el país existen varios estudios de grabación con diferentes equipamientos, hay unos de muy buena calidad. Existe una innumerable oferta de clases de estudios, muchos debido al crecimiento de la oferta, se han visto obligados a expandir sus servicios pero no siendo unos expertos en el tema de las ramas que van aumentando, no se ve un resultado realmente importante para el artista. Es decir, los estudios de grabación están tratando de

dar servicios de marketing y promoción a artistas pero ese servicio en particular no es de buena calidad. Igualmente este desarrollo ha sido un gran avance para la música en el Ecuador. Si existen más estudios va a existir más competencia y cada vez se va a exigir más de parte y parte, es decir, van a tener que mejorar los estudios de grabación y el mejor estudio o los mejores estudios van a tener más demanda, entonces, ellos también van a tener que preferir o escoger a los mejores artistas. También puede pasar que existiendo este buen servicio (grabación de discos o canciones) pueden surgir nuevos negocios enfocándose a otros aspectos que aún no están desarrollados en el país tales como: promoción o publicidad, realización de eventos, creación de marcas, etc.

Se puede apreciar que en el país se está dando un crecimiento musical notable. Ahora existen más lugares donde se imparte educación musical, más academias, etc. El desarrollo en la educación musical es un factor muy importante para que pueda darse un crecimiento en el negocio musical. Como consecuencia, va a haber más gente capacitada por ende más variedad de artistas y más producción musical. Antes solamente la Universidad San Francisco otorgaba el título de productor musical, empezando la carrera en 1998. En la Universidad de las Américas se otorgaba el título de Ingeniero en Sonido (pero no productor musical) solo hasta octubre del 2010 se abren carreras de producción musical y también de ejecución musical en la misma universidad. En la Universidad de los Hemisferios se abrió en el año 2004, la carrera de ejecución musical.

Por otro lado, en los últimos años se puede ver el incremento de shows, espectáculos y conciertos en Ecuador así como en América Latina y en el mundo. Últimamente se han visto conciertos de artistas internacionales muy importantes, el 5 de noviembre del 2011, Aerosmith una banda estadounidense llenó por completo el estadio Olímpico Atahualpa, en sus 40 años de carrera artística era la primera vez que visitaban al Ecuador. Su gira por América Latina incluía países como Perú, Paraguay, Colombia y Ecuador. Estos acontecimientos no existían años atrás. La única vez que en Ecuador hubo este tipo de concierto fue en el año 1995, el concierto de Bon Jovi. La empresa que está trayendo a estos artistas y están promoviendo estos mega conciertos y grandes eventos es conocida como TEAM Producciones, existe una segunda empresa llamada Top Shows, que también trae artistas reconocidos. Según SAYCE Sociedad de Autores y Compositores del Ecuador los conciertos sí han aumentado últimamente en el país y este incremento se ha dado también en ciudades más pequeñas, es decir, que el mercado se está expandiendo

notablemente, por ejemplo, se realizó un concierto de Marco Antonio Solís en Ibarra cosa que antes nunca acontecía, según informó el señor Juan Carlos Tour de Koos.

En cuanto a los medios de comunicación, en junio de 2013 el presidente Rafael Correa aprobó la “Ley Orgánica de Comunicación” en la cual el objetivo principal es regular todos los medios de comunicación, para que la toda la información que se publique sea veraz y tenga fuentes reales.

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

Algunos artistas ecuatorianos tienen comentarios favorables acerca de la ley de comunicación, como: Jorge Luis del Hierro, Ivis Flies, Danilo Parra, Andrés Sacoto, Sharon. Esta ley favorece a la divulgación de música y ampara a los artistas y regula otros temas así como el linchamiento mediático, tergiversación de la verdad, la payola (la payola es un término que se usa cuando el artista tiene que pagar a las radios para que pongan su canción). Toda esta corrupción sería eliminada y se regularía dando como resultado un crecimiento de la música ecuatoriana.

Los factores de Macro- Entorno se pueden encontrar en el anexo 18.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2. Concepto de la investigación de mercados

La investigación de mercados es una exploración que se realiza para tener un mejor panorama del entorno industrial. La investigación se llevará a cabo se realizará en la ciudad de Quito. Se van a analizar las acciones y las preferencias de los consumidores. Para tener una investigación más clara y profunda. Se utilizaran varias herramientas tales como: encuestas, entrevistas a profundidad e información publicada en los medios.

2.1 Objetivos de la investigación

- Analizar las preferencias musicales de la población ecuatoriana.
- Obtener una idea de la aceptación de los shows musicales.
- Averiguar las tendencias y preferencias del mercado con relación a los artistas nacionales y también su preferencia musical. Descubrir la percepción de la música ecuatoriana.
- Establecer un rango de precios que sea aceptable para la audiencia, en cuanto a la venta de tickets.
- Tener una idea más clara de la aceptación que tendría EME PRODUCCIONES en el mercado nacional.
- Obtener ideas e información de las personas encuestadas y entrevistadas para que la empresa sea más atractiva.
- Averiguar cuáles medios de comunicación son los que más frecuenta la gente, para poder tener la mezcla de medios adecuada.
- Saber los lugares que frecuenta la gente y cuáles son sus preferidos para asistir a

algún show.

- Tener una idea más puntual de los géneros musicales que promueven las radios.
- Conocer las fortalezas y debilidades de los artistas ecuatorianos.
- Reconocer los factores claves que les han llevado a tener éxito.

2.2 Fuentes de información

La información obtenida para el proyecto provino de diferentes fuentes:

- La encuesta se la realizó a una muestra determinada de personas de cada estrato social y ésta se divide en dos partes la primera parte es tan solo para verificar su estrato social según la investigación de nivel socioeconómico que realizó el INEC y la segunda parte se realizó con el fin de conocer sus preferencias, gustos y su visión de la música ecuatoriana en el país y con el propósito de conocer sus preferencias en cuanto a un show y medir sus posibilidades económicas y presupuesto de gasto en entretenimiento. (Ver anexo 1)
- Entrevistas a profundidad: Se las realizó a varias personas relacionadas en el medio tales como: artistas y empresarios, con el fin de obtener una información más descriptiva y puntual para obtener mayor cantidad de características.

Obteniendo así información y la visión del otro lado del negocio, posibles proveedores y colaboradores a futuro.

- Entrevistas publicadas en internet.
- Entrevistas a las radios principales de la información obtenida en la encuesta realizada.
- Información secundaria publicada en medios de comunicación.

2.3 Técnica para la recolección de datos

Se usaron varias técnicas para poder tener una investigación más completa, la primera fue una encuesta (Ver anexo 1). La segunda fuente de información fue las entrevistas con artistas ecuatorianos y miembros administrativos relacionados con la música. (Ver anexos 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9). La tercera fuente fue entrevistas de personajes internacionales (Ver

anexos 10 y 11). La cuarta fuente fue entrevistas realizadas a las principales radios (información obtenida con la encuesta) (Ver anexo 12). La quinta fuente fue la información publicada en medios de comunicación como periódicos y artículos publicados en internet.

2.4 Determinación del tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se usaron los datos de la población ecuatoriana de las provincias principales y las más numerosas como: Pichincha, Guayas, Azuay, Los Ríos y Manabí. Y se escogió el rango de edad desde 10 años hasta 24 años, siendo nuestro mercado objetivo: niños y jóvenes. Los datos se obtuvieron de una proyección que se realizó del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) Proyección 2013.

Cuadro 2.

Cálculo de la muestra

Universo (N)	2.738.596 personas
Muestra (n)	400 encuestas por estrato social = 1600 encuestas totales
Error de Muestreo	5%
Confianza	95%
Dispersión	0,50%
Horario que se obtuvo la información	Lunes a Viernes de 9h00 a 18h00
Programa de tabulación	Excel

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

Cuadro 3.

Ecuador: proyección de la población ecuatoriana por provincias por grupos de edad.

Año 2013

GRUPOS DE EDAD	P R O V I N C I A S													
	TOTAL PAIS	AZUAY	BOLÍVAR	CAÑAR	CARCHI	COTOPAXI	CHIMBORAZO	EL ORO	ESMERALDA	GUAYAS	IMBABURA	LOJA	LOS RÍOS	MANABÍ
TOTALES	15.774.749	781.919	197.708	249.297	176.662	444.398	491.753	653.400	581.010	3.963.541	432.543	484.529	841.767	1.467.111
< 1 año	337.546	16.099	4.675	5.579	3.402	10.675	10.589	13.106	15.113	80.667	9.188	10.268	19.493	30.905
1 - 4	1.353.854	63.893	19.867	22.937	13.939	42.585	42.876	52.938	61.279	323.391	36.493	40.883	77.867	125.789
5 - 9	1.671.194	78.377	23.895	28.173	17.915	51.479	53.492	66.397	74.334	400.976	46.216	51.421	95.552	159.050
10 - 14	1.599.563	77.223	22.097	27.108	17.986	48.247	51.719	65.159	68.131	383.654	45.882	51.061	90.599	156.822
15 - 19	1.493.458	76.902	19.291	25.837	16.623	43.841	48.814	61.480	58.747	361.138	42.430	48.300	81.820	143.812
20 - 24	1.368.846	74.584	15.579	23.096	14.455	38.309	43.448	56.535	48.947	339.034	37.357	42.465	71.277	124.115
25 - 29	1.256.868	67.371	12.751	19.168	13.090	33.415	36.918	52.510	42.337	321.478	32.918	35.984	63.524	109.699
30 - 34	1.152.203	57.246	11.270	15.603	12.337	29.524	31.433	48.833	37.861	303.515	29.432	30.845	58.657	100.995
35 - 39	1.033.394	47.937	10.355	13.150	11.554	25.947	27.497	44.333	33.264	277.189	26.373	26.957	53.804	93.564
40 - 44	913.959	41.293	9.613	11.671	10.673	22.635	24.745	39.681	29.087	246.589	23.820	24.276	48.242	85.328
45 - 49	806.708	36.674	8.868	10.604	9.468	19.717	22.546	35.158	25.717	218.342	21.328	22.500	42.241	75.608
50 - 54	697.202	32.293	7.965	9.502	7.926	17.039	20.340	30.175	22.377	189.454	18.328	20.634	35.856	64.953
55 - 59	578.249	27.534	6.975	8.358	6.493	14.566	18.109	24.772	18.616	155.754	15.296	18.284	29.394	54.272
60 - 64	462.384	23.053	6.200	7.363	5.513	12.542	16.009	19.607	14.771	120.045	12.941	15.858	23.358	43.682
65 - 69	360.071	19.173	5.641	6.503	4.804	10.859	13.832	15.023	11.366	87.693	11.040	13.627	17.968	33.485
70 - 74	270.288	15.319	4.821	5.416	4.005	8.925	11.299	11.034	8.307	61.709	8.947	11.333	13.196	24.848
75 - 79	191.120	11.470	3.598	4.054	3.015	6.617	8.426	7.685	5.390	42.155	6.645	8.702	9.013	17.914
80 y más	227.842	15.478	4.247	5.175	3.464	7.476	9.661	8.974	5.366	50.758	7.909	11.131	9.906	22.270

GRUPOS DE EDAD												
	MORONA SANTIAGO	NAPO	PASTAZA	PICHINCHA	TUNGURAHUA	ZAMORA CHINCHIPE	GALÁPAGOS	SUCUMBIOS	ORELLANA	SANTO DOMINGO	SANTA ELENA	ZONA NO DELIMITADA
TOTALES	166.345	114.805	94.373	2.835.373	544.090	102.684	28.000	195.759	146.058	403.063	342.408	36.153
< 1 año	4.956	3.198	2.505	55.395	10.452	2.819	583	4.813	4.342	9.285	8.486	953
1 - 4	19.880	12.385	9.783	220.750	41.823	11.348	2.379	19.321	17.942	36.297	33.499	3.710
5 - 9	23.959	15.226	11.903	271.400	52.044	13.437	2.797	23.881	19.961	45.500	39.303	4.506
10 - 14	21.204	14.152	11.207	257.946	51.185	12.405	2.566	22.464	16.873	43.992	35.543	4.338
15 - 19	17.820	12.077	9.969	251.033	49.872	10.919	2.337	19.866	14.440	40.105	32.195	3.790
20 - 24	14.629	9.991	8.653	248.637	47.779	9.179	2.321	17.559	12.604	35.918	29.314	3.061
25 - 29	12.145	8.676	7.512	242.447	44.727	7.711	2.408	16.115	11.602	32.784	27.031	2.547
30 - 34	10.065	7.747	6.519	228.919	40.706	6.456	2.351	14.562	10.384	29.770	24.869	2.304
35 - 39	8.346	6.690	5.598	205.222	36.186	5.431	2.150	12.604	8.806	26.031	22.286	2.120
40 - 44	7.157	5.606	4.712	178.190	32.007	4.762	1.938	10.729	7.322	22.501	19.500	1.882
45 - 49	6.213	4.723	3.895	155.841	28.419	4.218	1.712	9.056	6.033	19.445	16.768	1.614
50 - 54	5.208	3.934	3.183	134.401	24.760	3.584	1.378	7.306	4.814	16.416	14.021	1.355
55 - 59	4.166	3.152	2.583	110.255	20.921	2.931	1.016	5.555	3.613	13.232	11.300	1.102
60 - 64	3.320	2.427	2.055	86.390	17.495	2.346	742	4.122	2.605	10.269	8.783	888
65 - 69	2.653	1.851	1.581	65.890	14.602	1.845	530	3.076	1.869	7.822	6.631	707
70 - 74	1.987	1.345	1.140	48.374	11.766	1.381	348	2.222	1.344	5.773	4.911	538
75 - 79	1.285	841	746	33.612	8.790	928	217	1.375	854	3.878	3.542	368
80 y más	1.352	784	829	40.671	10.556	984	227	1.133	650	4.045	4.426	370

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

Cuadro 4.

Provincias Principales

EDAD	LOS RÍOS	MANABÍ	GUAYAS	PICHINCHA	AZUAY	TOTAL
10 - 14	90.599	156.822	383.654	257.946	77.223	966.244
15 - 19	81.820	143.812	361.138	251.033	76.902	914.705
20 - 24	71.277	124.115	339.034	248.637	74.584	857.647
TOTAL POR PROVINCIA	243.696	424.749	1.083.826	757.616	228.709	2.738.596

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

Total Pichincha = 757.616

Total = 2.738.596

Fórmula aplicada

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

$$n = \frac{(2^2) * 0,50 * 0,50 * 2.738.596}{(0,05^2) * (2.738.596-1) + (2^2) * 0,50 * 0,50}$$

n= 400 personas

- 400 encuestas por cada estrato social suma un total de 1600 encuestas

Dónde:

n= Número de elemento de la muestra.

N= Número de elementos del universo.

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.

Z = Valor critico correspondiente al nivel de confianza elegido; siempre se opera con valor sigma 2, luego $Z=2$.

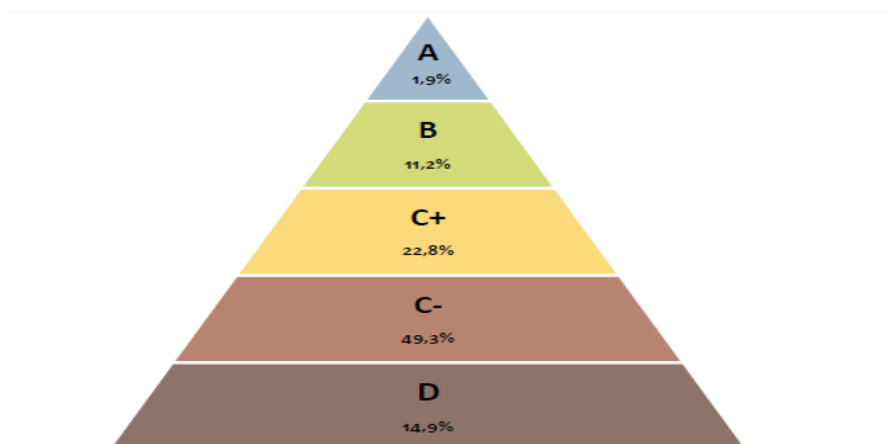
E = Margen de error (Muñiz, 2006)

2.5 Selección de Estratos Sociales

En este cuadro se pueden visualizar las diferentes clases sociales según el INEC. Estrato social alto, estrato social medio alto, estrato social medio, estrato social medio bajo y por último el estrato social bajo.

Figura 1.

Estratos Sociales



Fuente: INEC Nivel Socioeconómico (2011)

2.5.1 Características de Estrato Social Alto (A)

En el estrato A se encuentra el 1,9% de la población investigada.

Características de las viviendas

- El material predominante del piso de estas viviendas son de duela, parquet, tablón o piso flotante

- En promedio tienen dos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes

- Todos los hogares disponen de servicio de teléfono convencional.
- Todos los hogares de este estrato cuentan con refrigeradora.
- Más del 95% de los hogares dispone de cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio los hogares de este estrato tienen dos televisiones a color.
- Más del 80% de los hogares tiene hasta dos vehículos de uso exclusivo para el hogar.

Tecnología

- El 99% de los hogares de este nivel cuentan con servicio de internet.
- La mayoría de los hogares tiene computadora de escritorio y/o portátil
- En promedio disponen de cuatro celulares en el hogar.

Hábitos de consumo

- Los miembros de los hogares de estrato alto compran la mayor parte de su vestimenta en centros comerciales.
- Los hogares de este nivel utilizan internet.
- El 99% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo).
- El 92% de los hogares utiliza alguna página social en internet.
- El 76% de los hogares de este nivel ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación

- El Jefe de Hogar tiene un nivel de instrucción superior y un número considerable alcanza estudios de post grado.

Economía

- Los jefes de hogar del nivel A se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, miembros del poder ejecutivo, de los cuerpos legislativos, personal del directivo de la Administración Pública y de empresas.
- El 95% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 79% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

2.5.2 Características de Estrato Social Medio Alto (B)

B es el segundo estrato y representa el 11,2% de la población investigada.

Características de las viviendas

- En el 46% de los hogares, el material predominante del piso de la vivienda es de duela, parquet, tablón o piso flotante.
- En promedio tienen dos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes

- El 97% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.
- El 99% de los hogares cuenta con refrigeradora.
- Más del 80% de los hogares dispone de cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio los hogares tienen dos televisiones a color.
- En promedio los hogares tienen un vehículo de uso exclusivo para el hogar.

Tecnología

- El 81% de los hogares de este nivel cuenta con servicio de internet y computadora de escritorio.

- El 50% de los hogares tiene computadora portátil.
- En promedio disponen de tres celulares en el hogar.

Hábitos de consumo

- Las personas de estos hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 98% de los hogares utiliza internet.
- El 90% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 76% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 69% de los hogares de este nivel han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción superior.

Economía

- El 26% de los jefes de hogar del nivel B se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, técnicos y profesionales del nivel medio.
- El 92% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 47% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización; seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida. (INEC Nivel Socioeconómico, 2011)

2.5.3 Características de Estrato Social Medio Típico (C+)

El estrato C+ representa el 22,8% de la población investigada.

Características de las viviendas

- El material predominante del piso de estas viviendas son de cerámica, baldosa, vinil o marmitón.
- En promedio tienen un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes

- El 83% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.
- El 96% de los hogares tiene refrigeradora.
- Más del 67% de los hogares tiene cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio tienen dos televisiones a color.

Tecnología

- El 39% de los hogares de este nivel cuenta con servicio de internet.
- El 62% de los hogares tiene computadora de escritorio
- El 21% de los hogares tiene computadora portátil.
- En promedio disponen de dos celulares en el hogar.

Hábitos de consumo

- El 38% de los hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 90% de los hogares utiliza internet.
- El 77% de los hogares tiene correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 63% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 46% de los hogares ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de secundaria completa.

Economía

- Los jefes de hogar del nivel C+ se desempeñan como trabajadores de los servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores.
- El 77% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 20% de los hogares cuenta con seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales. (INEC Nivel Socioeconómico, 2011)

2.5.4 Características de Estrato Social Medio Bajo (C-)

El estrato C- representa el 49,3% de la población investigada.

Características de las viviendas

- El material predominante del piso de estas viviendas son ladrillo o cemento.
- En promedio tienen un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes

- El 52% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.
- Más del 84% tiene refrigeradora y cocina con horno.
- Menos del 48% tiene lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio tienen una televisión a color.

Tecnología

- El 11% de hogares tiene computadora de escritorio.
- En promedio disponen de dos celulares en el hogar.

Hábitos de consumo

- El 14% de los hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 43% de los hogares utiliza internet.
- El 25% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 19% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 22% de los hogares de este nivel ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de primaria completa.

Economía

- Los jefes de hogar del nivel C- se desempeñan como trabajadores de los servicios y comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.
- El 48% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 6% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida. (INEC Nivel Socioeconómico, 2011)

2.5.5 Características de Estrato Social Bajo (D)

El estrato D representa el 14,9% de la población investigada.

Características de las viviendas

- El material predominante del piso de estas viviendas son de ladrillo o cemento, tabla sin tratar o tierra.

- El 31% de hogares tiene un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.

Bienes

- El 12% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.
- Menos del 43% tiene refrigeradora y cocina con horno.
- El 5% de los hogares tiene lavadora.
- El 10% tiene equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio tienen un televisor a color.

Tecnología

- En promedio disponen de un celular en el hogar.

Hábitos de consumo

- El 9% de los hogares utiliza internet.
- El 9% de los hogares ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses

Educación

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de primaria completa.

Economía

- Los jefes de hogar del nivel D se desempeñan como trabajadores no calificados, trabajadores de los servicios, comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.
- El 11% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL (INEC Nivel Socioeconómico, 2011).

Se escogieron 4 estratos sociales: A, B, C+ y C-, teniendo en cuenta que son los que más probabilidades tienen de asistir a algún *show*. La única clase social descartada fue la D

porque tienen escasos recursos. Las edades fueron seleccionadas de 10-14 años, 15-19 años y de 20 -24 años ya que los jóvenes son los que más asisten a espectáculos públicos.

Se clasificaron de esta manera a los colegios de acuerdo a las posibilidades económicas de cada estrato social.

Nivel Social C- y D (0\$ - 50\$)

Nivel Social C+ (51\$ - 200\$)

Nivel Social B (201\$ - 500\$)

Nivel Social A (501\$ - 1200\$)

Cuadro 5.

Colegios de acuerdo a las posibilidades económicas

Colegios de Quito	Pensión del Colegio
Colegio Andrés Bello	0
Colegio Andrés F. Cordova	0
Colegio Benalcazar	0
Colegio Dr. Camila Gallegos	0
Colegio Dr. José María Velazco	0
Colegio Dr. Ricardo Cornejo Rosales	0
Colegio Juan Montalvo	0
Colegio Eduardo Salazar	0
Colegio Emilio Uzcatequi	0
Colegio Gran Colombia	0
Colegio Simón Bolívar	0
Colegio 24 de Mayo	0
Colegio Luciano Andrade Marín	0
Colegio Abdón Calderón	0
Colegio Ligdano Chávez	0
Colegio a distancia Compu-informática	20
Colegio a distancia Octavio Páez	25

Colegio Cristo Rey	35
Colegio Intisana Nocturno	40
Colegio Corazón de María	48,5
Colegio Interamericano	66,5
Colegio San Andrés	68,4
Colegio JimIrwin	77
Colegio Amparito Buen Pastor	79
Colegio Adventista	87,5
Colegio Intiyan	95
Colegio Borja 2	110,4
Colegio Franciscano	115
Colegio Andino	120
Colegio Federico Engels	120
Colegio La Salle	123
Colegio Anderson	129,6
Colegio John Rockefeller	130
Colegio Unidad Educativa Colon	135
Colegio Militar	136
Colegio Nuevo Mundo	150
Colegio Rumipamba	154,8
Colegio Femenino Spellman	160
Colegio William Thompson	160
Colegio Militar Eloy Alfaro	160
Colegio San Gabriel	200
Colegio Pensionado Olivo	213,6
Colegio Seneca	218
Colegio Liga	218,4
Colegio Almirante Nelson	220
Colegio Ausement Internacional Academy	220
Colegio Bequerel	240
Colegio Letort	285
Colegio El Sauce	300
Colegio José Engling	300

Colegio Johannes Kepler	335	
Colegio Los Pinos	350	
Colegio La Condamine	380	
Colegio Alemán	440	
Colegio Intisana	480	
Colegio Martin Cereré	600	
Colegio Americano (Nacional)	650	
Colegio Sek de Quito (BI)	800	
Colegio Menor San Francisco	886	
Colegio British School		1026
Colegio Americano		1200

- Nivel (C-)
- Nivel (C+)
- Nivel (B)
- Nivel A

Fuente: Guía telefónica Colegios de Quito y la pensión fue consultada en cada colegio.

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

Se escogieron aleatoriamente los colegios para el estrato alto (A): Colegio Sek de Quito y Colegio Martin Cereré, para el estrato medio alto (B): Colegio Letort, Colegio Seneca y Colegio Intisana, para el estrato medio típico (C+): Colegio San Gabriel, Colegio Rumipamba, Colegio Andino, para el estrato medio bajo (C-): Colegio Benalcázar, Colegio Gran Colombia y Colegio Intisana Nocturno.

Para las universidades se escogieron para el estrato alto (A): Universidad San Francisco de Quito, para estrato medio alto (B): Universidad de las Américas, para el estrato medio típico (C+): Universidad Tecnológica Equinoccial y Universidad Salesiana, para el estrato social medio bajo (C-): Universidad Central. Teniendo en cuenta que según los datos del INEC el estrato social bajo (D) tiene unas condiciones de vida muy bajas y no tienen acceso a la educación secundaria y menos aún a la educación universitaria.

2.6 Tabulación de la investigación

El objetivo principal de la investigación es saber los gustos y las preferencias de las personas, de acuerdo a las por clases sociales. La investigación separada, nos da como resultado una efectiva segmentación de mercados, teniendo así una idea más clara de lo que demanda cada estrato social. La tabulación de las encuestas realizadas se puede encontrar en el anexo 1.

2.7 Tablas de resultados

Se realizó un análisis de la investigación separando la información por rango de edades y por clases sociales, para tener una visión del mercado más amplia y más clara. En cada segmento social y en cada rango de edad se puede observar pequeños cambios que son claves para poder enfocar la comunicación. (Ver anexo 1).

2.8 Conclusiones de la Investigación

Se utilizó un método científico “Ley de Pareto” para analizar la muestra. Conclusiones de las encuestas se realizó un análisis 80/20 que determina 20% de la información valiosa se encuentra en el 80% de toda la información. (Ver anexo 1)

2.8.1 .El segmento de estrato social medio bajo (C-)

En cuanto a sus preferencias de artistas gana la opción Ninguno, el segundo lugar es para Juan Fernando Velasco y el tercer lugar es para Fausto Miño. En la segunda parte de la encuesta en la que se les pasa las listas de artistas, bandas y géneros musicales, Juan Fernando ocupa el primer lugar, y aparece AU-D que parece que ha perdido su posicionamiento ya que en la primera parte no se lo menciona mucho pero cuando ven su nombre en la lista es uno de los favoritos y después de él siguen Fausto Miño y Daniel Betancourt. En la relación a las bandas ecuatorianas tomando en cuenta la respuesta más importante la cual se les entrega una lista las bandas favoritas están Papá Changó, Verde 70 y Tercer Mundo.

Las preferencias de géneros musicales fueron en la primera ocasión para música romántica y en la segunda ocasión ganó el reggaetón. El segundo lugar es para el rock estando entre los primeros lugares.

En esta clase social no todos tienen internet en su hogar y tienen menos tecnología por esta razón su medio principal de comunicación es la radio y también una gran mayoría tiene acceso al internet.

En este estrato las radios más conocidas y sintonizadas son: Radio Disney, Onda cero, La metro y entra en las cuatro primeras radios Más Candela que es una radio que transmite en su mayor parte reggaetón.

2.8.2. El estrato social medio (C+)

Tiene posicionado a Juan Fernando Velasco, Ninguno, Fausto Miño y los grupos que más les gusta es Chaucha Kings, Papá Changó, Verde 70 una banda que tomó el primer lugar en el Ecuador hace años y sigue en la mente del consumidor, hace unos meses volvió a lanzar esta banda un tema y ha sido un éxito, pero el primer lugar es Ninguno.

También existen una gran cantidad de personas a las que no les gusta la música nacional. En cuanto a radios igualmente las más conocidas y sintonizadas son: Radio Disney, Onda Cero y Radio Exa tiene los primeros lugares, aparece en este estrato una nueva radio La Metro que es una radio que transmite principalmente Rock.

En este estrato las preferencias en gustos de géneros musicales son el rock, pop rock y la electrónica.

2.8.3. El estrato social medio (B)

En este estrato social gana Ninguna en artista y banda preferida, y en la segunda parte solo gana igualmente Ninguno y el segundo puesto igualmente es para Juan Fernando Velasco, al que le sigue Fausto Miño, esto refleja claramente inconformidad e indiferencia por la producción nacional.

Se puede ver que la música no llena sus expectativas y por eso escuchan más música de otros países.

El género musical que prevalece es el Rock nuevamente.

En cuanto a radios sigue siendo radio Disney pero aparece una nueva radio La Bruja, que igualmente se transmite música en inglés gran parte es Rock y el Rock Clásico. En este estrato el medio de comunicación favorito es el internet.

También se puede ver que este estrato tiene más poder adquisitivo y gastan más en sus salidas y están dispuestos a pagar más por un show.

2.8.4. Estrato social alto (A)

En este estrato igualmente gana la opción Ninguno en ambas ocasiones, y en la segunda parte sobrepasan a Ninguno únicamente Juan Fernando Velasco y Verde 70 gana en la segunda parte de la encuesta la banda de cual hablaba anteriormente, la banda que desapareció y recientemente volvió a surgir, parece ser que tuvo un buen posicionamiento en la mente de los consumidores porque después de años la siguieron recordando.

El Rock sigue siendo el género musical favorito en las dos partes de la encuesta (en la respuesta libre y en la respuesta con listas) y el Pop Rock se encuentra en segundo lugar.

En cuanto a radios no me sorprende que radio Disney siga tomando el primer lugar e igualmente se une La Bruja tomando el segundo lugar, Onda cero 103.3 y la Metro 88.5 también aparecen.

Su poder adquisitivo es mayor obviamente están dispuestos a pagar más. Su medio de comunicación favorito es el internet.

Algo que se puede destacar en este estrato es que fue en el único que ganó el no como respuesta de la aceptación por la música producida actualmente en el país, aunque en los demás estratos también hay bastante inconformismo aquí fue más claro y notorio.

2.8.5. División por edades

Por edades se puede ver una diferencia más acentuada en los lugares a los que les gusta ir, entre los favoritos para los más pequeños son: La Plaza de las Américas y para los más grandes son los bares, para todas las edades la Casa de la Cultura tiene una aprobación positiva.

Se puede ver que en todas las edades el género Rock es el preferido seguido por el Pop.

Radio Disney sigue siendo la radio favorita pero se acentúa mucho más en el rango de 10 a 14 años.

En las edades de 10 a 14 años, se puede analizar que tienen menos conocimiento de la música ecuatoriana ya que en su mayoría de este rango de edad ponen la opción de

“Ninguno”. Otra conclusión es que la mayoría de chicos escucha Radio Disney y está radio funciona con música internacional en la mayoría de su rotación.

El rango de edades de 20 a 24 años gasta más dinero en los shows y están dispuestos a destinar aún más sus recursos en estos.

El medio preferido en todos los rangos de edad es el internet.

Se puede percibir que existe un bajo nivel cultural musical con respecto a la música ecuatoriana, porque “Ninguno” fue la primera respuesta escogida por la mayoría en los dos casos en artista y banda ecuatoriana.

Los demás resultados se parecen a los resultados finales pero es importante tener una división por edades en una segmentación.

2.8.6. Conclusiones de la entrevista a “Juan Fernando Velasco” (Ver anexo 2)

Juan Fernando Velasco ha sido uno de los cantautores ecuatorianos más reconocido internacionalmente y también se puede observar la aceptación en la encuesta realizada. Después de “Ninguno” Juan Fernando obtuvo el segundo lugar. En la pregunta de la lista adjunta Juan Fernando obtuvo el primer lugar esto quiere decir que haciendo una mención, está en el “*top of mind*” esto quiere decir el primer lugar en la mente del consumidor.

Juan Fernando se caracteriza por mezclar el pasillo, ritmos andinos, pop y hacer adaptaciones a los mismos. Él es alguien que ama su trabajo, que disfruta a plenitud lo que hace.

Realizó un proyecto últimamente que muchas personas no creían que iba a tener buenos resultados. Él quería hacer una mezcla de pasillos y como los pasillos no están de moda y no son comerciales, no recibió mucho apoyo. Pero a él no le importaba si iba a ser un éxito o no, él quería hacerlo porque le nacía y lo amaba, él consideraba que era un riesgoy que valía la pena arriesgarse por algo que amaba. Pese a que mucha gente pensó que iba a ser un fracaso, Juan Fernando Velasco llenó el coliseo Rumiñahui. Algo que ningún cantautor ecuatoriano había logrado hasta ahora. Cabe recalcar que invirtió mucho tiempo, dinero y esfuerzo en este proyecto ya que hubo invitados internacionales tales como: Franco de Vita, Noel Schajris, etc. También trajo ingenieros de sonido e invitó a cantantes populares ecuatorianos. Las composiciones de Juan Fernando son sinceras y verdaderas. La verdad se reconoce y se siente. El éxito de Velasco es real, no es ninguna fórmula comercial. Juan

Fernando ha tenido problemas con algunas radios por el formato de su música, sin embargo, es el cantautor más reconocido.

2.8.7. Conclusiones de la entrevista a “Darío Castro, Vocalista y compositor de Verde 70” (Ver anexo 3)

Otro ejemplo de autenticidad es el de Verde 70. Una banda que nació en el año de 1999. La encuesta se realizó antes de que Verde 70 lanzara su nuevo disco y a pesar de esto, la banda obtuvo los primeros lugares en la Encuesta. En la primera parte como top of mind después de “Ninguno” y Papá Changó, está Verde 70. Solo con mencionarlo en la segunda parte de la encuesta ocupa el primer lugar, pese a que las generaciones pequeñas no los conocen. Verde 70 era un grupo de música Pop Rock en ese entonces, fue un éxito. Después de tanto tiempo sigue siendo la banda ecuatoriana favorita de muchos y esto es un gran logro. Verde 70 tenía un formato de música aceptada por las radios esto fue bueno ya que se realizaron alianzas estratégicas. Aunque era comercial su música era real, verdadera y sincera. La imagen que tenían la decidían ellos mismos.

Darío Castro, líder de la banda, afirma que la gente ya no está comprando discos y que el CD está en peligro de extinción. Punto importante que sustenta la teoría que la industria de la música está movilizándose hacia otro lado, ya no es sólo los discos.

2.8.8. Conclusiones de la entrevista de Fausto Miño (Ver anexo 4)

Fausto Miño, ocupa el tercer lugar en la encuesta realizada. Después de “Ninguno” y de Juan Fernando Velasco, obtiene una buena parte del reconocimiento de la gente. Fausto Miño obtuvo un contrato con “Universal Music” una disquera internacional de gran prestigio. Tiempo después Fausto decidió hacer las cosas independientemente y abrir su propia disquera “Sendero”.

Fausto explica que el mayor problema para un artista ecuatoriano es la difusión. Los estudios estadísticos de SAYCE, que es la sociedad de autores y compositores, muestra que el 5% de la música que suena en las radios es de artistas ecuatorianos nuevos. Una recomendación de Fausto para los músicos nuevos es que cree que los artistas jóvenes tienen que volverse empresarios. Afirma que al final, el que tiene buena música y es capaz de generarle negocios a las empresas privadas, ese es el que sobrevive.

Fausto también habla de que muchas radios están ajustadas a “la tendencia”. Una tendencia que está impuesta por Estados Unidos, México o Colombia. Algunas Radios como: Radio Disney y Radio Exa son franquicias internacionales. La gente es lo único que conoce y pide la música que ponen en las radios, pero no nos conocemos a nosotros mismos, dice el cantautor. Se refiere a que los ecuatorianos no conocen la música ecuatoriana, y tiene razón, porque la respuesta que predomina en la encuesta es “Ninguno”. No se puede amar algo que no se conoce.

2.8.9. Conclusiones de entrevista con “Francisco Terán” (Ver anexo 5)

Francisco Terán, cantautor ecuatoriano. Él dice que las canciones que le parece que trascienden o los artistas que trascienden son los artistas que son honestos, que son ellos mismos expresándose a través de la música. No son una figura creada por el marketing necesariamente.

Un consejo de Francisco para los artistas nuevos es que sean honestos, sientan, vivan, creen, no importa si están cantando en un escenario o en sus casas, canten con todo el amor.

Francisco piensa que falta profesionalismo de parte de las radios y de los músicos también, porque dice que aquí todos quieren sonar en las radios pero no es tan fácil, la música es un trabajo duro. Le parece bien que ahora haya más centros de educación musical que antes.

Cuenta el cantautor que está peleado con algunas radios porque él trataba de defender la dignidad de los artistas y por esto está vetado en algunas de ellas.

2.8.10. Conclusiones de Entrevista con Israel Brito (Ver anexo 6)

Israel Brito, cantautor ecuatoriano, ocupando el quinto lugar en la encuesta realizada. En la segunda parte ocupa el séptimo lugar. Aun así es uno de los cantautores más reconocidos. Israel se destacó por producir su propio disco, hacer todos los arreglos y composiciones.

Israel cree que todo ser humano se debate entre dos cosas, entre vivir para las necesidades y vivir para los ideales. Dice que quien vive para las necesidades se vuelve parte de una maquinaria, se vuelve parte del sistema. Habla de que cada ser humano decide entre las razones y las pasiones, las razones te llevan a ser parte del sistema y las pasiones te llevan a un lugar totalmente distinto. En su caso la música es una pasión, una pasión pura que

responde a su vida, sus amores, desamores, todos sus dolores, felicidades, angustias, etc. Toda esa materia prima tiene una forma de llamar cuando alguien se dedica al arte.

Cuenta que su salida, su escape, su terapia, su catarsis, es la música.

Brito explica que el arte es una experiencia personal con o sin cámaras en un metro cuadrado.

Israel dice que la voz es un recipiente. Los intérpretes que logran llenar ese recipiente con todo el tren de su vida, de lo que hablaba anteriormente, con sus amores, desamores, éxitos, fracasos, ilusiones, desilusiones, momentos de intensa felicidad y de intenso dolor. Cuando alguien puede llenar su voz con todo eso y lanzarlo al público, resulta ser un tremendo bombazo, porque topa las mismas fibras que exactamente todos vivimos. Los cantantes que tienen esa cualidad de poder abrir las puertas de su corazón, de su propio ser y dejar que la gente los sientan incluso antes de abrir la boca. Esos son los cantantes que lo ponen a volar.

2.8.11 .Conclusiones de la entrevista a “David Checa” Director General de SAYCE (Sociedad General de Autores y Compositores Ecuatorianos) (Ver anexo 6)

SAYCE es una empresa que gestiona colectivamente los derechos de sus afiliados, representa a 1.400 autores y compositores nacionales, y más de 200.000 autores en el mundo, es decir que no hay obra que llegue a sonar en este país que no esté registrada allí.

SAYCE tiene un sistema de monitoreo digital, una obra tiene varios formatos, uno de esos formatos es el mp3, cuando uno convierte una obra a mp3 al menos en la sociedad autorales, se les va asignando códigos y esa obra digital deja una huella. Entonces esos códigos, esas huellas que van dejando las obras en mp3, las subimos a una base de datos; una base de datos que está en España.

David Checa dice que donde yo más gano como autor, es cuando canto o alguien canta canciones mías en un concierto. Uno de los grandes trucos de este negocio es hacer que mis obras suenen en vivo, ya sea cantándolas yo mismo o dándole a alguien para que me las cante en conciertos. ¿Por qué? Porque en un concierto, en vez de los mil anuales que le cobro a la radio puedo cobrar 10 o 20 veces más dependiendo del concierto.

Entonces cuando se hace la misma matemática para un concierto, se puede ver que a la radio SAYCE le cobra mil dólares por miles de obras. Por concierto SAYCE cobra

US\$10.000 dólares por 30 canciones US\$ 10.000 es un número como un ejemplo y 30 también pueden ser más o menos). Esos diez mil dólares se dividen para las 30 canciones y se saca el valor por obra. Lo que la sociedad de autores cobra no es un impuesto es un derecho de uso de obra.

David explica que el derecho de autor es un derecho humano. Se caracteriza como una obra intelectual, no material. Este derecho es irrenunciable. Le pertenece 70 años después de su muerte y tiene un heredero el cual el autor puede modificar eso. Después de los 70 años, la obra se vuelve de dominio público.

SAYCE administra las obras y las representa mundialmente por todas las sociedades que estén alineadas. El IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual) defiende la obra a nivel nacional.

2.8.12. Conclusiones de la Entrevista hecha en línea a Papá Changó (Ver anexo 7)

Papá Changó es un grupo musical que ha tenido bastante impacto en el medio. Según la encuesta después de Ninguno ocupó el segundo lugar, es decir que tiene el mayor nivel de recordación. En la segunda parte de la igual quedó en segundo lugar después de Verde 70. Papá Changó empezó compartiendo y haciendo música entre amigos, pero también pensaron en cómo vivir de la música de alguna manera. Tuvieron ayuda del gobierno de la provincia, el Ministerio de Cultura, Ministerio de Educación y los propios medios de comunicación.

Papá Changó cuenta que si se han encontrado barreras muy grandes para que pongan su música en la radio, sobre todo al principio, pero con el tiempo la gente llamaba a exigir los temas ya que tocaban en los colegios y universidades.

Ellos cuentan que en este país es muy difícil tener ingreso de la ventas de discos, de ahí sus principales ingresos provienen de shows, canjes publicitarios con canales, radios o campañas publicitarias. Creen que el trabajo en conjunto, componer en grupo aportar con la composición y con la grabación, es lo que les ha llevado al éxito más el conocimiento técnico de su instrumento. Creen que la actitud siempre es importante frente a la vida en cualquier área.

Papá Changó tiene una imagen original, que la manejan ellos mismos.

2.8.13. Conclusiones de la conferencia de Diego Miño (Ver anexo 8)

Diego Miño dice algo interesante con respecto a la música en el país. Él dice que todos los artistas ecuatorianos son independientes porque no hay disqueras en Ecuador. Cuenta que cuando se han ido a Europa de gira y ahí venden su mayor cantidad de discos. También recalca algo con respecto a la industria musical, “en Ecuador ya no hay tiendas de discos “Tower Records” quebró y de “Musicalísimo” quedan muy pocas tiendas”. La razón es porque existe bastante piratería en el país y hay poca distribución de los discos de artistas ecuatorianos. Una recomendación que Diego da a los artistas ecuatorianos es que sean emprendedores y que tengan o proyecten planes a largo plazo. La clave para él es tener organización y planificar.

2.8.14. Conclusiones de la conferencia de Dave Grohl (Ver anexo 11)

Dave Grohl, es un músico, compositor, productor, integrante del grupo Nirvana y fundador del grupo Foo Fighters. Desde niño tocaba y grababa sus canciones de manera casera. Él dice que lo importante es encontrar tu propia voz. Cuenta que la música se convirtió en su religión. La tienda de discos, su iglesia. Las estrellas de rock, sus santos y las canciones, sus himnos. Él dice, “Me gustaba mi nueva voz. Porque sin importar qué tan fea sonara, era mía! No había nadie que me dijera qué estaba mal y qué estaba bien.” Después formó una banda, se salió del secundario y tomó la carretera. Se murió de hambre. Le sangraron las manos. Si dormía, dormía en los pisos o en los escenarios, o en el piso debajo de los escenarios. Y amó cada minuto de ello. Porque era libre. Y quería iniciar una rebelión, o una emoción, o una revolución, o salvarle la vida a alguien inspirándolo a tomar un instrumento como yo lo hizo desde niño. Quería ser el Edgar Winter de alguien. Después integró la banda “Nirvana” y practicaban en un granero, todos los días. Era todo lo que tenían. No había sol, ni luna, sólo era el granero y sus canciones. Kurt sin duda había encontrado su voz. Cuenta que el tiraje inicial de “Never mind” (su primer álbum) fue de alrededor de 35 mil copias. Lo suficiente, según su estimación para que circulara un par de meses. Ese tiraje se acabó en unas semanas. En un mes se convirtió en Disco de Oro. Para Navidad, el álbum llegó a Disco de Platino. Para el año nuevo, estaban vendiendo 300 mil copias por semana. Ese ruido que pensábamos tan inimaginables, se había convertido en un maremoto. Él dice que no sabe por qué sucedió así ¿El tiempo correcto? Tal vez. Pero le gusta pensar que lo que el mundo oyó en la música de Nirvana fue el sonido de tres humanos, tres personalidades diferentes, sus inconsistencias y sus imperfecciones,

expuestas con orgullo para que todos escuchen. El trabajo de Nirvana era honesto, puro y era real. Dave recalca en el tema de encontrar tu propia voz, como lo que hablaba Israel Brito, que el artista es él con o sin cámaras. Dice después de encontrar tu voz, atesórala, respétala, nútrela, desafiála, exígela y grita hasta que no puedas más. Cuenta el músico que fundó su propio sello discográfico, Roswell Records. Afirma que la razón por la que está frente a ustedes hoy es exactamente esta. Pregunta, “¿Soy el mejor baterista del mundo? Seguramente que no”. “¿Soy el mejor cantante-letrista? ¡Ni siquiera lo soy en esta habitación! Pero me he quedado solo para encontrar mi voz”.

El artista primero tiene que conocerse a sí mismo para poder exponer su arte a los demás. El amor por lo que se hace es fundamental. Cuando hay amor, hay sacrificio. Cuando hay amor, hay entrega. Cuando hay amor, se da todo.

2.8.15. Conclusiones de las Entrevistas hechas a las radios (Ver Anexo 12)

De acuerdo a la encuesta realizada, y según la ley de Pareto, las radios principales entrevistadas fueron:

1. Radio Disney
 2. Onda Cero
 3. La Bruja
 4. La Metro
 5. Radio Exa
 6. Alfa Radio
- El género principal es el POP, sea Pop Rock, Pop Electrónico, Pop Tropical. La Metro es la única, de las radios principales, de Rock y música Alternativa. Según la encuesta realizada.
 - Según ellos para poder entrar a la radio se debe ajustar a los parámetros de la radio, es decir, el género que ellos manejan.
 - La grabación debe ser de calidad, todos coincidieron en eso.

- La única radio que no recibe abiertamente a un artista nuevo fue Radio Disney, para poder entrar en Radio Disney debe ser un artista ya conocido y que la gente esté pidiendo el tema. Las demás radios estaban dispuestas a escuchar el demo y si les gustaba y estaba alineado con sus parámetros, estarían dispuestos a ponerlo.
- La Rotación (cuantas vez una canción o un artista rota en la radio) según SAYCE la rotación de artistas nuevos ecuatorianos es de 5%. Sin embargo, algunas radios dicen que es un 30%.

2.9 Conclusiones generales

- El 36% de los encuestados respondió que no les gusta ningún artista.
- El 35% de los encuestados respondió que no les gusta ninguna banda.
- El 28% de los encuestados respondieron que el Rock es su género musical favorito.
- El 39% de los encuestados escuchan Radio Disney como radio principal.
- El 41% de los encuestados respondieron que no les gusta la producción musical actual en el país.
- El 53% de los encuestados eligieron Musical/Concierto como su preferencia para un show.
- Los músicos que han llegado lejos han sido porque han vivido por la música.
- A pesar de que se haga un buen marketing y buena promoción, sino existe un producto real no va a funcionar.
- Se puede apreciar una gran aceptación por los shows tipo concierto, en todas las clases sociales y en varias edades.
- Lo auténtico, la verdad, la pureza, lo real trasciende y se convierte en una leyenda.
- Las personas que están en escenarios tienen un conocimiento de su instrumento, otras han tocado todos los días de su vida sin un instructor y han encontrado su propia voz.

- Se puede decir que hay una demanda desentendida con respecto al Rock, ya que existe en el mercado ofertantes Pop y por otro lado un Rock muy alternativo. Este segmento puede estar siendo atendido por el nuevo lanzamiento de “Verde 70”, pero este es bastante amplio.
- Con respecto a las radios, sí tienen restricciones con respecto al género musical ya que predomina el Pop.
- Las leyes también se están adaptando para que haya un mejor funcionamiento de la industria musical.
- La imagen de los artistas sí puede influir un poco pero no es lo fundamental para trascender.
- Debe haber una idea clara de su música en el artista, por consecuencia se tiene una comunicación clara con sus oyentes.
- El internet se ha convertido en una herramienta muy importante para los músicos, ya que las redes sociales ayudan a difundir su música.
- El artista debe serlo con o sin cámaras.
- Algunos artistas han creado su propio sello discográfico.
- Tener un equipo apropiado, que haya un buen ambiente, amistad, cuidado, responsabilidad, entrega, esto es fundamental para que las cosas funcionen.
- No hay disqueras en el país, no hay una industria establecida, por lo tanto todos los artistas son independientes.
- La industria musical está cambiando. El mayor ingreso monetario de los artistas ya no son los discos, ahora son los shows.
- El músico es primero.
- El medio que más usa la gente para escuchar música es el internet. La radio ocupa el segundo puesto.

PLAN DE MARKETING

3. Concepto del Plan de Marketing

El Plan de Marketing tiene como objetivo principal comunicar, establecer una conexión muy fuerte con el público objetivo, con la cual se sientan identificados con la empresa, los productos, las marcas. De funcionar lo anteriormente planteado, el incremento en ventas se verá afectado de una manera positiva.

El Plan de Marketing es una base muy importante, ya que este va a dirigir especialmente el Plan de Producción, también va a estar ligado con el Plan Estratégico y todos deberán ir conectados y alineados hacia el mismo objetivo.

3.1 Objetivos del Plan de Marketing

El Plan de Marketing va a estar dirigido a la imagen de la empresa y también a los productos de la empresa, o sea, las bandas y artistas. La promoción y publicidad de sus shows también van a funcionar como imagen de la empresa.

Los objetivos del Plan de Marketing deben ir alineados a la estrategia general de la empresa y la propuesta de valor. En el concepto como empresa debe haber una unidad, debe tener coherencia lo uno con lo otro, todas las piezas de la empresa se deben complementar siendo una sola. Si nosotros mismos tenemos claro lo que somos va a ser más fácil comunicarlo.

- La comunicación es una de las piezas claves para llegar a las personas. Uno de los objetivos más importantes es tener una comunicación clara, directa, real de lo que es la empresa.
- Captar la atención de la mayor gente posible, para darse a conocer.
- Posicionar a la empresa en el mercado de eventos y espectáculos, como una

empresa sólida, con una producción de calidad.

- Crear un nuevo concepto y valorización de música ecuatoriana.
- Generar la mayor cantidad de ventas posible. Ventas de entradas para conciertos y línea de productos de las bandas.
- Tener gran participación en medios de comunicación interactiva, como *facebook*, *twitter*, *youtube*.

3.2 Segmentación de mercados

“Personas que deseen disfrutar de un show de buena música”

Cuadro 6.

Criterio Socio-demográfico

CRITERIO	RESULTADO
Edad	10-24 años
Sexo	Indistinto
Condición socio-económica	Media baja, media, media-alta y alta
Ingresos familiares	Alrededor de 2.000 dólares
Educación	Estudiantes, Bachilleres, Universitarios
Ocupación	Trabajadores o estudiantes

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

Cuadro 7.

Criterio Sicográfico

CRITERIO	RESULTADO
Estilo de vida	Rutinario, pero que quieran salir de esa rutina de vez en cuando
Personalidad	Personas que no han perdido la capacidad de sorprenderse, alegres, que disfrutan de la vida.

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

Cuadro 8.

Criterios cualitativos y roles

CRITERIO	RESULTADO
Sensaciones	Emocionantes
Creencias	Valores
Roles	Hijo, hija, padre, madre, tío, sobrino.

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

La segmentación tradicional ha tenido varios problemas y se la ha calificado como inexacta, por eso esta segmentación es más abierta. Porque no se pretende limitar y cualquier persona que pueda pagar por un show de calidad puede asistir y disfrutar del mismo. Tal vez haya un tipo de preferencias de los jóvenes, pero aun así está abierta la posibilidad de que personas mayores o menores puedan asistir.

3.3 Selección de mercado potencial

Se escogió un rango muy amplio de edad porque va ir dirigido al segmento infante-juvenil

y como son shows para todas las edades incluso se podría extender un poco más, pero en promedio fue de 10 a 24 años, en todo el país como universo potencial, que sería 4.461.867. Si se escogieran tan solo las provincias principales como: Pichincha, Guayas, Los Ríos, Azuay y Manabí, el número se reduce a 2.738.596 de personas. Se restaría el 33% a este número por la pobreza existente en el país, dando un total de 1.834.859 de personas, este sería nuestro mercado potencial.

3.4 Posicionamiento

El posicionamiento de EME producciones es “Shows y música ecuatoriana de calidad”. Este concepto será apoyado con la veracidad del trabajo, el esfuerzo, el emprendimiento, la creatividad de nuestros artistas en escena. Ofreceremos shows musicales más elaborados, con efectos especiales de artista nuevos.

3.5 Estrategia de las 4 P's

Estrategias de: producto, precio, plaza y promoción.

3.5.1 Producto o Servicio:

El servicio principal de la empresa es la elaboración de *shows* y espectáculos, ya que después de realizar la investigación se puede ver que el negocio de la música está creciendo de esta manera. La empresa también va a ofrecer servicios de consultoría para las bandas que deseen mejorar y proyectar mejor su imagen. Las bandas que se van a presentar van a ser ecuatorianas. La magnitud del evento va a depender de en dónde se va a realizar el *show* y la acogida que tenga el artista. Se va a exigir un control de calidad en los artistas y todos los componentes del *show*.

Para la elaboración del show se va a contratar equipos de sonido, de iluminación, efectos especiales, video, y *backline* (equipos de amplificación y de audio que están detrás de la banda en el escenario incluyendo los instrumentos); así como también los lugares donde se realizarán los eventos. Los artistas y bandas nacionales seleccionadas por nuestra empresa se van a regir por estándares de calidad (música bien elaborada, sin equivocaciones, imagen del grupo o artista, mensaje que se quiera transmitir, etc). También se va a preparar el show y el escenario con efectos especiales.

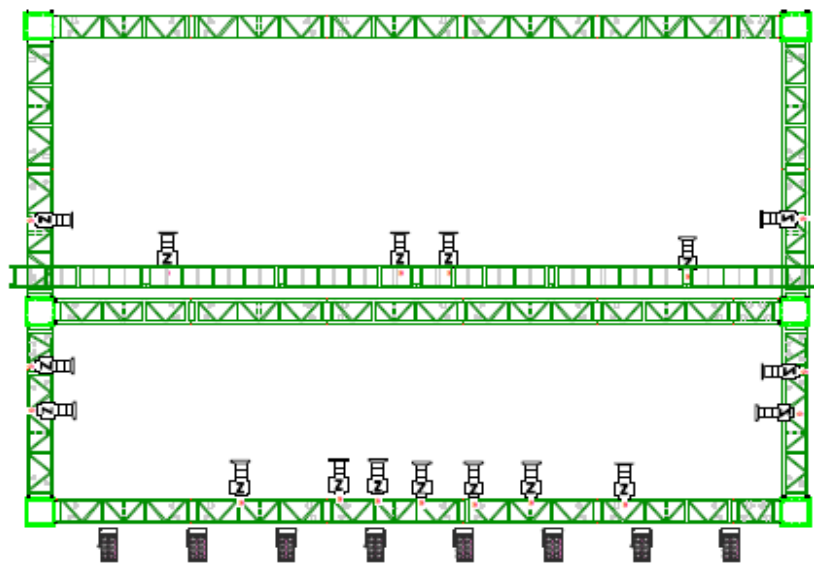
Dentro de lo que se llamaría producto sería la música, el *CD* y el *merchandising* (camisetas, pins, llaveros, *stickers*, etc) de nuestros artistas, de la marca que genera la

imagen de nuestros artistas. Es importante que las personas que van a trabajar con nosotros sean personas que posean valores porque es necesario que haya un compromiso verdadero y es necesario poder confiar en las personas con las que se trabaja. Debe haber una selección amplia, ya que en este medio es un poco difícil porque existen bastantes músicos dedicados a los vicios y esto sí puede ser un riesgo para la empresa. La música influye mucho en la sociedad y se debe hacer un poco más de énfasis que antes en salir a un escenario, sería un poco más coherente que sean buenas personas interiormente.

Los siguientes gráficos van a ser un ejemplo de un escenario grande, para los demás escenarios se necesitarían menos equipos.

Figura 2.

Iluminación del escenario en la parte superior

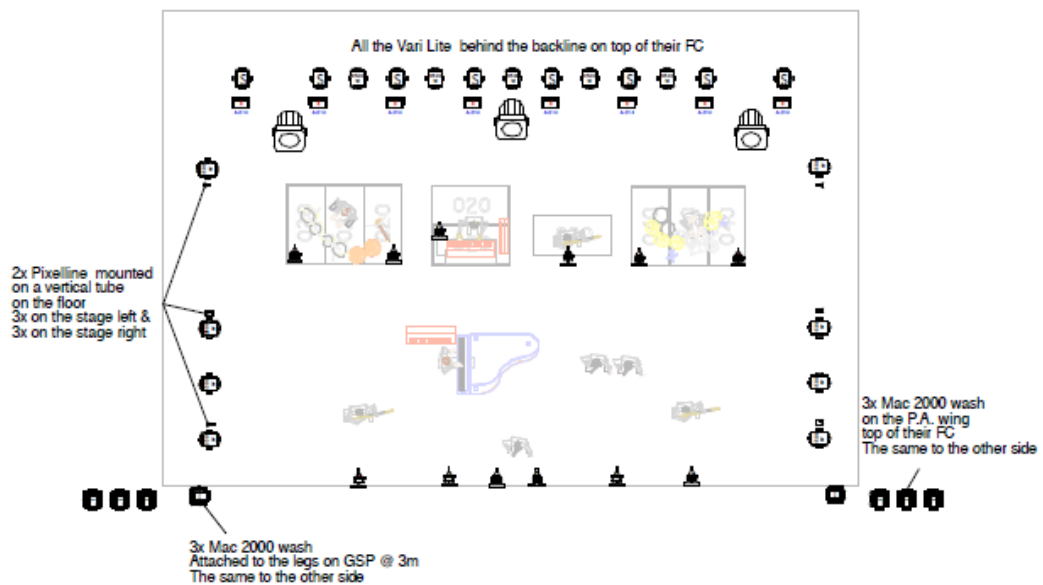


Fuente: Prosonido

- 18 profilesniethamer
- 8 molefayblindens

Figura 3.

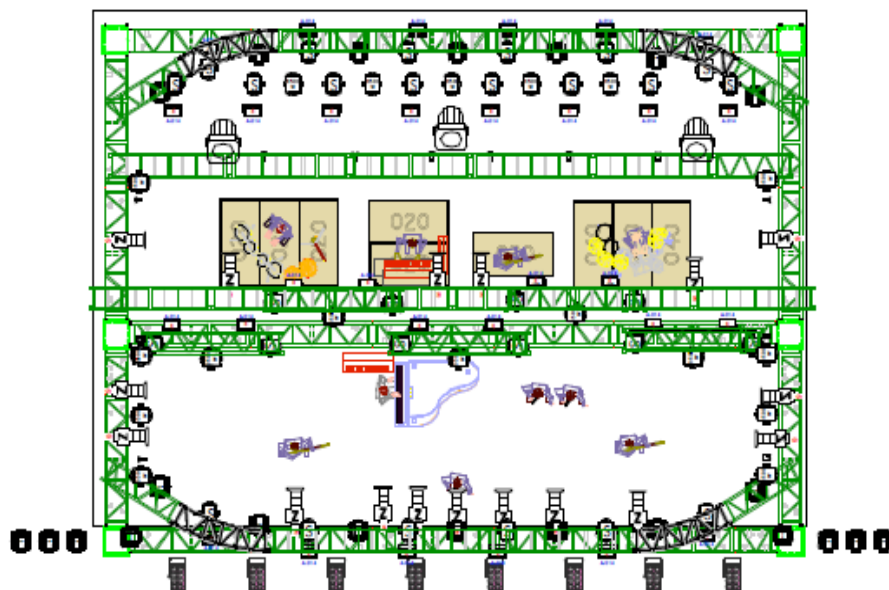
Iluminación del piso y backline



Fuente: Prosonido

Figura 4.

Iluminación General:



Fuente: Prosonido

Iluminación:



3 Nova flower (1200W, luz efecto de flor)



30 VI 3000 spot + Spare (Iluminación robótica de varios colores)



30 Atomic 3000 + scroller + Spare (Lámpara xenón 3000W, efecto tipo cegadora)



26 Mac 2000 wash (Lámpara 1200W mezcla color)



18 VL 3500 wash + Spare (Iluminación de colores robótica)



24 Thomas pixel line 1044 +Spare (Lámpara lineal)



12 source 4 par 5 lens + lee 201 (Lámpara circular)



18 profilesNiethamer 2kw + lee 201 (Iluminación



8 Molefay 8 lite (blindens) (Iluminación frontal con 8 focos en cada lámpara)



Card each + 4 17 tft (sujetadores)



2 grand MA Full size + 1 17 tft



3 NSP + 1 smart UPS



1 rack Ethernet switch (Switch)



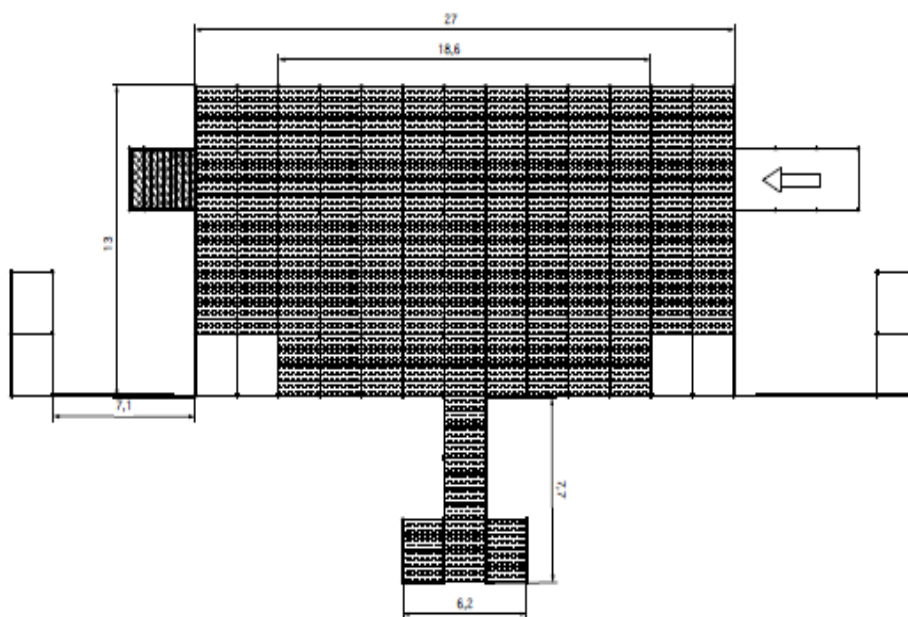
2 Aramis Followspots



6 mdg atmosphere +6 turbinas sahara (Turbinas)

Figura 5.

Tarima y estructuras



Fuente: Prosonido

Cuadro 9.

Amplificación

	FOH / PA SYSTEM
24	Bocinas JBL VERTEC VT4889 (12 por lado) Line Array with Flying Truss, PA
8	Bocinas JBL VERTEC VT4887 (4 por lado) Line Array with Flying Truss, DOWNFILL
8	Bocinas JBL VERTEC VT4887, FRONTFILL
16	Bocinas JBL VERTEC VT4880A (6 por lado), SUBWOOFERS
	CONTROL FOH.
1	MESA DIGITAL DIGI DESIGN VENUE SC48
	RACK EQUIPADO CON:
2	DRIVE RACKS DBX 4820, VERTEC SETUP
2	XTA PROCESSOR, ADMASON SETUP
1	REPRODUCTOR DE CD'S
2	PREVIO AVALON 737 SP VALVULAS
	MONITOREO
4	MONITORES DE PISO MEYER UM-1P
2	SYSTEM SHURE PCM 900, CON AUDIFONOS
	MISCELANEOS
1	SET DE MICRÓFONOS PARA VOCES E INSTRUMENTOS
1	PATCH PANEL 48-8
3	PUNTO DE INTERCOM
20	STANDS DE MICRÓFONO ALTOS
15	STANDS DE MICRÓFONO BAJOS
	CABLEADO PARA TODOS LOS MICROS Y MONITORES
	CABLEADO ELÉCTRICO EN EL ESCENARIO
	AMPLIFICADORES CROWN I-TECH SERIES

Fuente: Prosonido

Cuadro 10.

Escenario y estructuras

1	GROUND SUPPORT 16X14X12,5 metros con 6 patas de soporte y 1 puente intermedio.
1	Escenario de 15m. Frente x 14,40m. De Fondo x 1,80m. De Alto. Incluye: 1 Rampa acceso al escenario 1 Área de Monitores 1 Área de Trabajo 1 Escalera
1	Provocador en T 2x8x1,60 metros con salientes de 2x2m.
	Sobretarimas
	1 Sobretarima de 3x3x0,60m. Batería
	1 Sobretarima de 2x2x0,20m. Bajo
	1 Sobretarima de 3x3x0,20m. Percusión
	1 Sobretarima de 3x3x0,20m. Teclados
	Area de Control
	(1) 4 MTS X 3MTS X30CMS / AMPLIFICACIÓN SALA
	(1) 4 MTS X 3MTS X60CMS / ILUMINACIÓN/VIDEO

Fuente: Prosonido

Cuadro 11.

Video y Leds

4	PANTALLAS PROYECCIÓN DE 4X3 METROS
4	PROYECTORES DE 5000 ANSI LUMENS
4	Cámaras de video SONY HD CON TRÍPODE
4	CAMARÓGRAFOS
1	Rack de Video con:
	1 Video Switcher Digital PANASONIC MX70
	1 Escalador Kramer
	6 Monitores PREVIA, color
	3 DVD Players LG
	2 Amplificador de Video KRAMER
	2 Distribuidor de video KRAMER
	2 Humbukers
1	SISTEMA DE INTERCOMS CON 6 ESTACIONES
	Cables y accesorios para su funcionamiento

Fuente: Prosonido

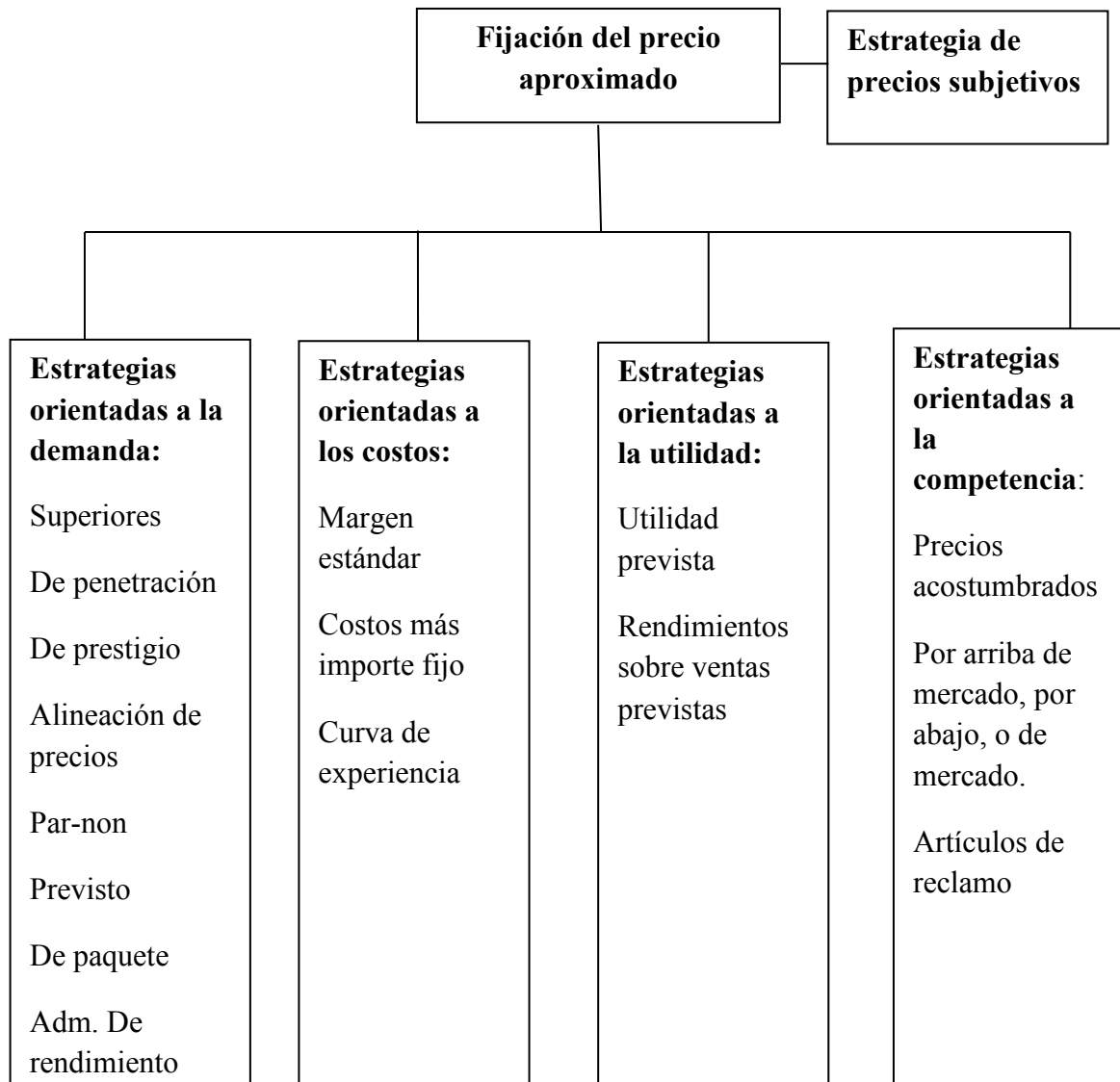
3.5.2 Precio

Venta de entradas:

EME producciones se encargará de establecer los precios, depende de cada artista y la audiencia que tenga, y también depende de todo lo que se va utilizar para el show. Hay lugares que incluyen equipos y amplificación y otros no. Como en todos los shows las partes más cercanas tendrían un valor más alto y las más alejadas costarían menos. El precio para shows pequeños se calculó con respecto a lo que el mercado está ofreciendo que sería de US\$ 15 dólares entrada general.

Gráfico 4.

Fijación de precios



Fuente: Marketing de Kerin (2004)

Se va a utilizar una mezcla de estrategias de precio:

Estrategias orientadas a la demanda

Alineación de precios: Como vamos a tener una variedad de artistas, los precios van a ser diferentes para cada concierto y para cada artista.

Precios de administración de rendimiento: los precios dependerán del momento de compra, es decir, las entradas un mes antes del concierto costarán un 10 o 20% menos que semanas antes del evento.

Estrategias orientadas a la competencia:

Precios por arriba de mercado, precio de mercado o precio por debajo de mercado: Se analizará los precios del mercado para asignar los valores a las entradas. Se pretende empezar con los mismos precios del mercado. El precio puede subir después.

Estrategia de precio subjetivo:

Esta estrategia se realizará únicamente cuando una empresa, fundación, institución del estado, desee solicitar nuestros artistas para algún evento. Entonces se armarán paquetes del mismo artistas con diferentes precios, incluyendo mayor tiempo por show, incrementando instrumentos, efectos especiales, igualmente el precio sería mayor.

3.5.3 Promociones

Para las personas que compren con anterioridad las entradas se les dará un precio diferente al ofrecido el día del evento. Se utilizará en todos los conciertos el precio de pre-venta.

Habrà una promoción especial para estudiantes del 10% de descuento, mostrando su carnet.

Se ofrecerà un combo promocional de si compran cinco entradas la sexta es gratis.

3.5.4 Plaza

El lugar o lugares donde se realizarían los eventos variarían igualmente de la magnitud del evento y la acogida obtenida por el artista. Los lugares que tienen más acogida por el público según la investigación de mercados son: La Plaza de las Américas y Casa de la Cultura, los bares también para las edades superiores. Se podrían aumentar también teatros. Para conciertos más grandes en el futuro se podría usar El Coliseo Rumiñahui. Estos serían nuestros posibles lugares. Ejemplo: Casa de la Cultura Ecuatoriana (Capacidad para 4.800 personas) se usaría para shows grandes, cuando el artista sea más conocido.

Figura 6.

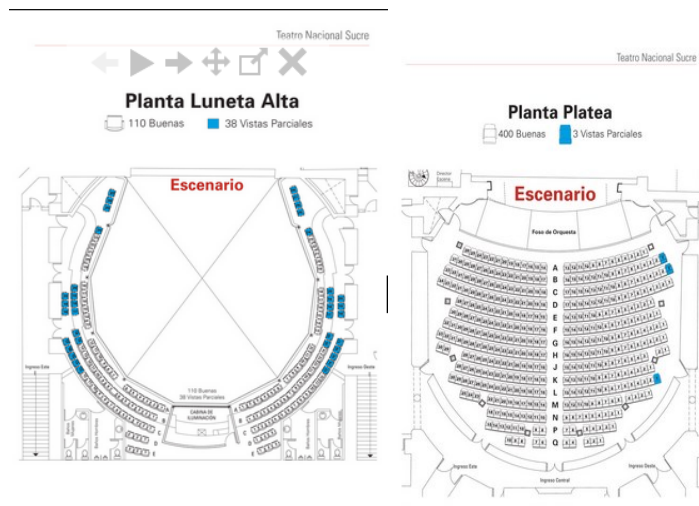
La Casa de la Cultura (Capacidad 4.800 personas)



Fuente: Ticket Show

Figura 7.

Plantas Teatro Sucre



Fuente: Teatro Sucre

3.6 Estrategia de lanzamiento

Para generar un gran impacto en el público y lograr tener acogida, se propone realizar un show de lanzamiento llamado “Mi Banda de Rock”. Siguiendo los siguientes pasos:

- Publicidad en radios acerca de “Audiciones”, solicitando artistas de todo el país.
- Realización de las audiciones.
- Eliminatorias
- Realización de la final del *Show* en Vivo.

La idea del evento es parecida a los *reality shows* realizados por los canales de televisión: Gama TV, Teleamazonas y Ecuavisa. Gama TV tuvo una campaña motivacional “Todo es posible... sigue tus sueños”. Han realizado *reality shows* con gran éxito como: “Cantando por un sueño” apoyando al artista. En Teleamazonas igualmente se realizó hace algunos años un *reality show* llamado: *Popstars*, con el cual tuvieron mucha acogida y gran éxito.

Para captar atención de los músicos esencialmente, se pegarían posters en los establecimientos que existe la carrera de música, en universidades y conservatorios, solicitando personas para las audiciones que se realizarían.

Se escogieron varios medios para comunicar como: Radio, Internet, Páginas Interactivas y Posters. Según la investigación de mercados, la gente usa frecuentemente internet entonces se enfatizaría en esto. La campaña duraría un tiempo aproximado de cuatro meses en el cual se van a realizar las siguientes actividades:

Cuadro 12.

Actividades

	Primer Mes	Segundo Mes	Tercer Mes	Cuarto Mes
Evento	Publicidad	Realización Casting	Publicidad del Show en vivo	Realización del Show e inmediatamente después del Show
Medios de comunicación		Radio	Radio	Prensa
	Posters			
	Páginas Interactivas, Internet y banners	Páginas Interactivas, Internet y banners	Páginas Interactivas, Internet y banners	Páginas Interactivas, Internet y banners

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

Campaña de lanzamiento “Mi Banda de Rock” por EME Producciones

Objetivos de la Campaña:

- Generar gran impacto: Llamar la atención a nivel de todo el país, decir quiénes somos, qué queremos hacer, darnos a conocer.
- Crear expectativa: esto es clave para tener bastante audiencia, preparar al público y tener la capacidad de sorprenderlos, llenando esa expectativa que generamos.
- Destacarnos por la calidad: En todo sentido, la pre-producción, producción del *show* en vivo.

Estrategias claves de la campaña:

- Cualquier componente va a estar alineado con la estrategia general, todo va a tener coherencia. Integridad y calidad en nuestro trabajo.
- Conseguir auspicios de marcas con un posicionamiento ya establecido que vaya alineado con nuestro concepto.
- La publicidad va a ser de carácter: emocional, cognitiva y persuasiva.

Emocional: para llegar al corazón del público, tocar sus emociones y que se puedan identificar con nuestro concepto. Cognitiva: para informar acerca de los *shows*. Persuasiva: para motivar a los clientes, crear lealtad a la marca, generar “*buzz*” o ruido y se genere la comunicación boca a boca.

3.7 Estrategia de comunicación y publicidad

Objetivos de comunicación y publicidad

- Dar a conocer a nuestros artistas y a EME producciones como fundadores y productores de shows. El primer lanzamiento va a ser “Mi Banda de Rock” por EME producciones.
- Lograr la acogida esperada del público de una forma masiva. Mientras más audiencia se tenga, habrá mayor rentabilidad y popularidad de la marca.
- Obtener ese posicionamiento de marca EME producciones como la empresa de

entretenimiento y eventos de mayor calidad en el país. La publicidad va a ser nuestra herramienta para comunicar nuestra imagen, concepto, ideas, etc.

Características de la Publicidad:

- Cognitiva: Dar información clara y veraz, anunciar, dar a conocer cualquier evento nuevo, dar información de nuestros artistas, hacer conocer su música.
- Emocional: Crear amor por la marca, preferencia, gusto. Trabajar por “alcanzar tus sueños”.
- Persuasiva: Motivando a la gente a asistir a los shows, para cuando vean la publicidad de EME producciones quieran asistir a los shows.

Estrategias de la Publicidad:

- Se va a usar medios de comunicación masiva como la radio para llegar a bastante gente.
- Se va a crear una página de internet por la cual pueda haber una comunicación más fácil y directa. Utilizando herramientas tecnológicas que se han convertido en unas de las más importantes en los últimos tiempos.
- Banners en páginas de interacción social, con publicidad llamativa.

Mensaje de la comunicación:

El mensaje que se quiere comunicar es que EME Producciones presenta shows y música ecuatoriana de calidad. En el fondo se quiere transmitir que la empresa quiere apoyar al talento nacional, quiere hacer crecer la cultura musical en el país. Se pretende fomentar el amor propio de los ecuatorianos, las ganas de luchar, de crecer, ser auténticos, genuinos y únicos, generando valor a los artistas.

3.8 Plan de medios

Radio:

Se usará la radio como medio de apoyo básico para el anuncio del show, los dos primeros meses antes de que se realice el evento. Entre las 6 radios más escuchadas están: Radio Disney, Onda cero, La Bruja, La Metro, Exa FM, Alfa Radio.

Cuadro 13.

Radio en US\$

Producción de Cuña de radio	\$ 400
8 Cuñas diarias de 20" durante 2 meses	\$ 4.800
Costo Total	\$ 5.200

Fuente: Administración de precios, Diego Montenegro

Internet

Se creará una página web de EME Producciones, la cual será una importante carta de presentación para el público, donde podrán encontrar información acerca de los eventos, de las producciones. Se crearán también cuentas interactivas en *Facebook y Twitter*, medios con los cuales se lleva una comunicación más directa y se puede interactuar con el público.

Cuadro 14.

Página Web en US\$

Elaboración de la Pagina Web	\$ 3.500
Banners en páginas interactivas (4 meses)	\$ 6.000
Costo Total	\$ 9.500

Fuente: Administración de precios, Diego Montenegro

Impresión de Posters:

Los posters serán usados en el lanzamiento del casting de talentos de “Mi Banda de Rock” por EME producciones. Serán un medio impreso de apoyo.

Cuadro 15.

Posters en US\$

Diseño del Poster	\$ 50
Impresiones (20)	\$200
Costo Total	\$250

Fuente: Administración de precios, Diego Montenegro

Periódico:

Después de cada evento se realizará un tiraje en el periódico para describir el impacto del evento y proporcionar información a los lectores acerca del *show*. Se escogió uno de los principales del país “El Comercio”. Pensando una futura alianza estratégica con su tarjeta.

Cuadro 16.

Periódico en US\$

El Comercio/ Roba Grande (1 día)	\$ 8.000
Producción	\$ 800
Costo Total	\$ 8.800

Fuente: Administración de precios, Diego Montenegro

Después de detallar todos los valores, La inversión total en publicidad será de: US\$ 23.750

Show lanzamiento:

EME Producciones ha decidido invertir en el show de lanzamiento alrededor de US\$ 75.000. Se conseguiría auspicios para recuperar una parte de la inversión.

Cuadro 17.

Show Final en Dólares

Iluminación	\$4.630
Escenario	\$1.500
Videos y camarógrafos	\$1.200
Amplificación	\$2.500
Total costo de renta de equipos	\$9.830
Conductor del <i>Show</i>	\$800
Jurado del <i>Show</i> (3)	\$900
Personal <i>Backstage</i> (10)	\$2.000
Seguridad del evento	\$2.000
Total costo personal	\$5.700
Costo de renta del local (Ágora)	\$5.824
Garantía del local (reembolsable)	\$4.000
Otros gastos (Movilización y refrigerios)	\$156
Impuestos al SRI	\$11.200
Costo de impresión de <i>Tickets</i>	\$6.608
Costo total <i>Show</i>	\$43.338

Fuente: Prosonido S.A., Ticket Show y Casa de la Cultura

La elaboración total del show sería: US\$ 67.088, para publicidad se invertiría US\$ 23.750 y para el show en vivo US\$ 43.338. La inversión se usaría para el lanzamiento de la empresa y servirá para dar la primera impresión. Se pueden obtener ayuda de auspiciantes para financiar el show, esta cifra daría como resultado, si la empresa asumiría todos los costos.

Cuadro 18.

Gastos Show Lanzamiento en US\$

Gastos show lanzamiento				
Radio	\$ 5.200	Renta de Equipos	\$ 9.830	
Posters	\$ 250	Costo del personal	\$ 5.700	
Facebook y Twitter	\$ 0	Costo local (\$4000 garantía)	\$ 9.824	
Página Web	\$3.500	Otros gastos	\$ 156	
Banners	\$6.000	Costo de impresión de tickets y pre-venta	\$ 6.608	
Periódico	\$ 8.800	Retención SRI	\$ 11.220	
Total Publicidad	\$ 23.750	Total de show	\$ 43.338	Total General \$ 67.088

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

3.9 Ejemplos publicitarios

Estos son algunos ejemplos de la publicidad de EME producciones

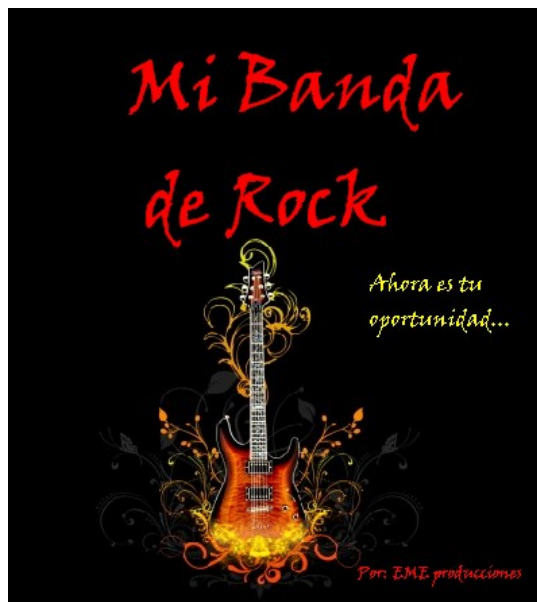
Figura 8.

Logo de la empresa



Figura 9.

Logos posibles del Show



Elaboración: Diana Carolina Mogollón

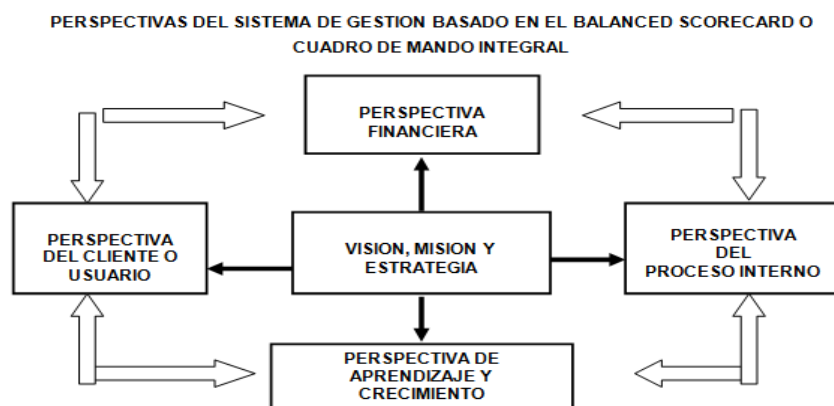
3.10 Control de Marketing

Para poder medir el impacto o el éxito que tuvo el lanzamiento del *Show*, debe haber un control de marketing. Este se mide según el rendimiento que se obtenga después de la operación y el alcance de los objetivos planteados por la empresa. Este punto es muy importante porque da a conocer la eficiencia que ha tenido la comunicación y si es que se debe realizar mejorías si fuese necesario.

A continuación se presenta el cuadro de mando multidimensional, porque mezcla la medición de funciones financieras y no financieras, obteniendo así un equilibrio y dándonos información más clara. Se toma como centro y base la visión, misión y estrategia, esto quiere decir que todo debe tener una coherencia, cualquier acción o decisión deben estar de acuerdo con su centro.

Figura 10.

Perspectivas del Sistema de Gestión



Fuente: Kaplan y Norton (1997). *Balanced Scorecard*

El control del funcionamiento de la empresa, va a llevar a una continua mejoría. Un desarrollo integral y conjunto, va a dar un equilibrio entre el marketing, las finanzas y en sí cada aspecto y perspectiva interna y externa.

Se realizarán evaluaciones de cada sector de la empresa, incluso sectores externos como las perspectivas de los clientes, se les preguntará al final de cada show y se analizarán sus comentarios. Igualmente dentro de la empresa se preguntará a todos los colaboradores y se realizará una evaluación. La dirección general analizará y dará un seguimiento para que esto genere aprendizaje, crecimiento y mejora en todo sentido de la empresa.

Los principales indicadores que se van a utilizar para medir el funcionamiento de la empresa serían: el porcentaje de entradas vendidas sobre el total de las entradas que nos dan la perspectiva y aceptación de los consumidores. El control de calidad que nos daría la

perspectiva del proceso interno y las evaluaciones a los trabajadores. Se utilizará la razón de liquidez y el capital de trabajo para tener un control constante de la cobertura de las deudas en el corto plazo y evitar problemas de liquidez en la empresa. De igual manera se considerara el nivel de endeudamiento de la empresa (pasivo/activo) para tener en cuenta el grado de utilización de recursos ajenos y evitar alcanzar niveles demasiado altos. El margen de contribución se obtiene una perspectiva de retorno individual según el tipo de concierto y con el margen bruto se obtiene una perspectiva general de todos los productos de la empresa. Para medir la rentabilidad de la empresa se utilizará las cuentas de utilidad neta, ventas, activos, patrimonio. Rentabilidad sobre ventas, rentabilidad sobre activos y rentabilidad sobre patrimonio. Todos estos indicadores nos ayudarían a aclarar la perspectiva financiera.

ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

4. Concepto del análisis administrativo

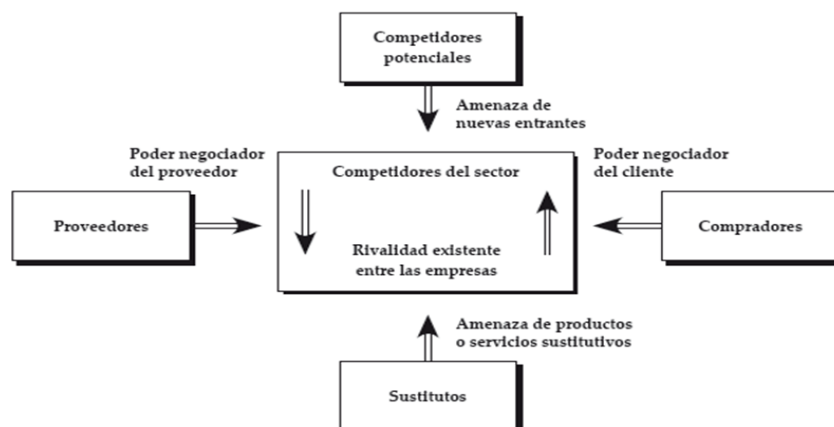
En este capítulo se van a analizar diferentes puntos para la constitución de la compañía, requerimientos jurídicos, la estructura organizacional, la parte de responsabilidad social y la logística y procesos que se van a implementar en la empresa.

4.1 Empresa - Factores Micro-entorno

Los Factores de Micro-entorno son todos los aspectos internos importantes para la empresa que van a ser analizados con el Modelo de las cinco fuerzas de Porter, en el cual se analiza las siguientes ramas: empresa, competidores, proveedores, productos sustitutos y clientes.

Figura 11.

Factores de Micro-entorno



Fuente: Michael Porter, Harvard Business School 1979.

EME Producciones

Misión: ser una empresa dirigida al entretenimiento y espectáculos, para poder difundir la música, el teatro, el arte ecuatoriano y que ambos tengan un desarrollo integral. Creando valor en nuestros artistas alrededor de todo el país.

Visión: Llegar a tener una calidad con la cual se pueda competir internacionalmente, capacitando a nuestros subordinados y colaboradores.

Valores:

- Amor, amor y respeto a lo que hacen, a los clientes, a los proveedores, a la empresa.
- Honestidad
- Honradez
- Creatividad
- Integridad
- Excelente servicio al cliente
- Trabajo en equipo
- Lealtad

Objetivos de la empresa

El objetivo principal de la empresa es promover la cultura musical y ayudar a las bandas nacionales a promover su música. Se realizarán *shows* de ecuatorianos para ecuatorianos con el fin de ir perfeccionándolo y que algún día se pueda exportar este talento humano. Como consecuencia un factor que también se altera es: la circulación de dinero, esta se queda en el país con el fin de que la economía mejore y prospere no es un gran porcentaje aún, pero tenemos que empezar a consumir y a escuchar lo nuestro.

Estrategias Seleccionadas

- Integración hacia atrás: teniendo un mejor control de los proveedores, es decir, de nuestros artistas vamos a generar un mejor producto.

- Desarrollo de producto: Mejorando constantemente el producto, los shows, las ventas van a incrementar
- Diversificación Concéntrica: A largo plazo la estrategia de la empresa es ir incluyendo diferentes shows, sean teatrales, comedias o musicales.

A continuación se analizarán las 5 fuerzas de Porter: Competencia, Proveedores, Productos Sustitutos- Poder de los sustitutos y Clientes- Poder de negociación.

Competencia

Como se mencionó anteriormente existen dos grandes empresas en el Ecuador que organizan grandes eventos y espectáculos estos son: TEAM PRODUCCIONES y TOP SHOWS. Estas empresas se encargan de traer artistas de gran elite y que han tenido una larga trayectoria artística. La estrategia es la realización los eventos masivos para captar la mayor audiencia posible.

Existen también pequeñas empresas que también se dedican a realizar conciertos de menor magnitud o también, por lo general, se da el caso de que los mismos artistas se encargan de contactar y armar sus propios shows.

Proveedores

Los proveedores por un lado van a ser los artistas y por otro, empresas que proveen de los equipos necesarios para montar un show: amplificación, sonido, efectos especiales, iluminación, etc.

Los artistas serán escogidos depende a sus experiencias, su formación y su talento. Evaluaremos capacidades en: Música, Canto, Baile y Actuación. Existen muchos artistas en el país y se hará una selección de cada uno en su ámbito. Después de realizar la selección se procederá a montar el *show*.

Prosonido, Macrosonido y Prismasonido: Son empresas que proveen de todos los equipos necesarios para la producción de eventos en vivo y algunas de ellas también operan y están funcionando en diferentes ciudades del país Quito, Guayaquil y Cuenca.

Productos sustitutos – poder de los sustitutos

Entre los productos sustitutos se encuentran diferentes tipos de entretenimiento desde el cine, el teatro y comedias. Se los cataloga como sustituto a cualquier otro tipo de *show* que tenga una audiencia aceptable de dos mil a diez mil personas. Incluyo el cine que tiene salas más pequeñas pero que siempre están repletas y agotadas, esto implica una gran rotación de personas que acapara a la final una gran audiencia y de por sí parece una cifra más significativa. En el teatro y las comedias se ha dado un crecimiento moderado pero no tan significativo.

Clientes – poder negociador

Los consumidores van ser jóvenes, niños, empresarios, padres de familia, discapacitados, cualquier persona que quiera apreciar el talento nacional musical. Si bien nuestros shows van a ser dirigidos a jóvenes y niños también los padres de familia suelen ir como acompañantes. Tal vez los únicos que no caigan en esta segmentación de nuestros clientes van a ser los adultos de 25 a 35 años que no tengan hijos pequeños, aunque no están descartados.

4.1.1 Cadena de Valor de Michael Porter (1985)

Actividades primarias

Logística interna: se gestionarán los contratos, horarios, fechas de los eventos. Igualmente se verificarán los contratos y la distribución del personal. Elaboración de los cronogramas.

Operaciones: se tomarán acciones para la elaboración del concierto, realizando todos los contratos con proveedores, lugar del evento, artistas, y requerimientos legales. Tomando a cabo la organización completa del evento.

Logística externa: supervisión del funcionamiento del evento. Montaje y desmontaje del evento. Entrega del lugar.

Marketing y Ventas: como posteriormente se explicaba se realizará publicidad y promoción enfocada más en la gente joven. Realizando un evento de lanzamiento de marca y de la empresa. Se encargarán de supervisar la elaboración de las cuñas de radio, elaboración de posters y *flyers*, se supervisará todo el proceso hasta su lanzamiento.

Servicios: se hará un seguimiento de post-venta, para medir el *feed back* que ha tenido el público. Observando su reacción en redes sociales y su aceptación por la música de los artistas.

Actividades de apoyo

Abastecimiento: se empezaría rentando una oficina donde se realizarían todas las acciones para poder llevar a cabo los eventos. A futuro si sería importante que la empresa tenga su lugar propio y que ese lugar sea más amplio.

Desarrollo tecnológico: realizar actividades para tener un mejor desenvolvimiento tecnológico y mayor facilidad de acceso a la página web. Igualmente realizar investigaciones constantes respecto al sonido y nuevas tecnologías para realizar shows.

Recursos humanos: realizar pruebas psicológicas y también para medir sus capacidades. Reclutar personal indicado es importante para el buen funcionamiento de la empresa. Darles capacitación constante de temas involucrados.

Infraestructura de la empresa: se realizarían presupuestos y cotizaciones de los eventos. Igualmente se medirá la rentabilidad, se llevará a cabo todas las acciones financieras que proporcionan los datos numéricos necesarios para verificar el crecimiento, estancamiento o descenso de la empresa.

4.2 Requerimientos jurídicos

Para poder constituir la compañía legalmente se necesita la aprobación del nombre o la razón social de la empresa, en la Superintendencia de Compañías. Se puede encontrar todos los requerimientos en los anexos (Ver anexo 13).

Según el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, en la Superintendencia de Compañías se debe presentar escrituras, documentos y formularios. (Ver anexo 14).

Para poder realizar un espectáculo público según el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Se debe tener una serie de documentos en regla. (Ver anexo 15)

Para el registro de un Marco de Espectáculo Público se debe cumplir la ordenanza Metropolitana #284. (Ver anexo 16), así mismo, se debe enviar una solicitud dirigida al Lic. Miguel Mora para la autorización del evento con nombre, fecha, hora, lugar, valor de entradas detalladas.

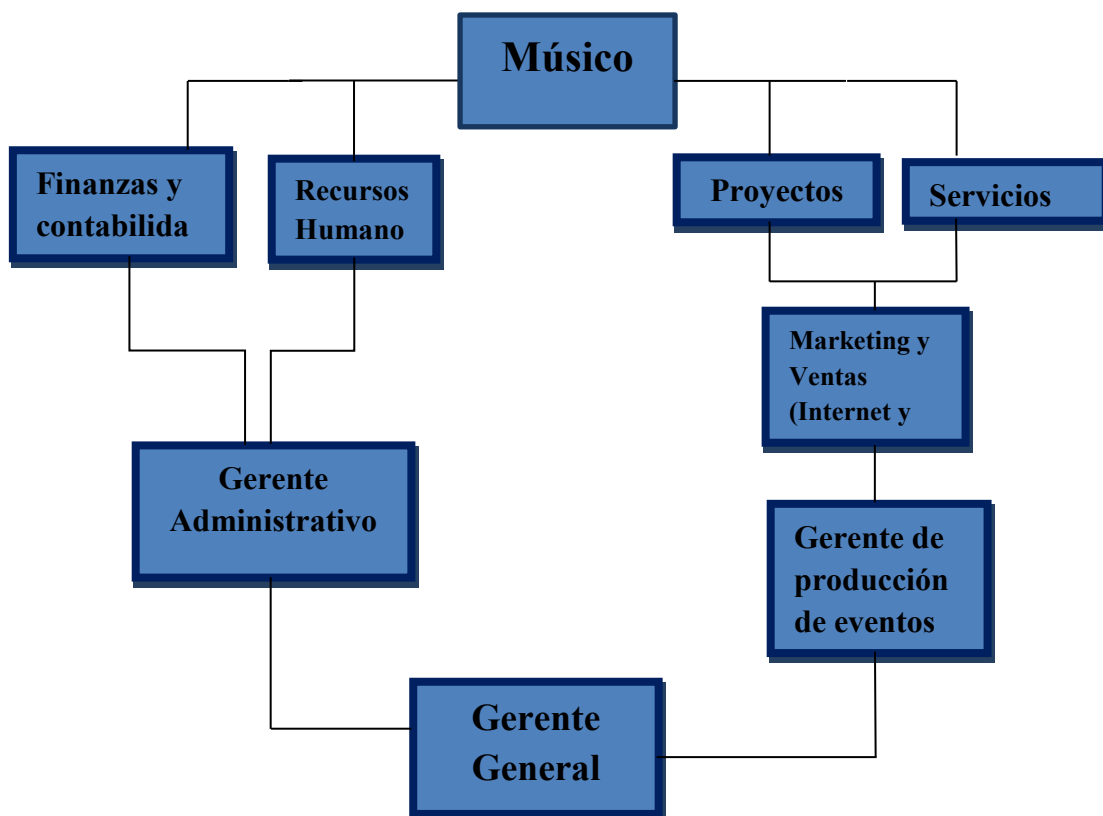
4.3 Estructura Organizacional

El objetivo de establecer una estructura organizacional es para delegar los roles y las tareas que se van a desarrollar en la empresa, con esto, vamos a tener mayor efectividad y se trabajará juntamente de manera óptima para que se puedan alcanzar los objetivos planteados por la empresa. El gerente general se encargará de: dividir el trabajo, departamentalización, jerarquía de la organización y la coordinación.

El organigrama de la empresa indica la organización jerárquica y funcional, es un esquema de tipo vertical. Sin embargo se requiere y se recomienda que haya una comunicación circular.

Figura 12.

Estructura Organizacional



Elaboración: Diana Carolina Mogollón

La comunicación en la empresa es un factor muy importante para que puedan alcanzar los objetivos planteados. Todos los departamentos deben tener conocimiento de lo que se hacen en los otros departamentos, así sean opuestos, debe haber un trabajo conjunto para que puedan crecer simultáneamente.

4.4 Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Empresarial (RSE) es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confiabilidad entregada por la empresa hacia nueve grupos de interés: alta dirección, clientes, proveedores, personas que trabajan en la organización, entorno social, entorno ambiental, inversores, competencia y administración pública, con el fin de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad. Se seguirá el sistema de gestión SGE 21, se lo puede encontrar en la página de internet de Forética.

Alta dirección: Se impulsará la responsabilidad y la ética, siendo un ejemplo y se encargarán de la elaboración de un plan para la empresa. Se establecerá una política de gestión ética y responsabilidad social, un código de conducta, una política anticorrupción y se delegará al personal de recursos humanos la evaluación del cumplimiento de lo establecido anteriormente.

Clientes: Deberá basarse en la honestidad y debe haber un control de calidad. El servicio que se entrega debe ser satisfactorio y siempre cumplir con lo acordado. Ofrecerles seguridad y confianza.

Proveedores: La empresa deberá tener una organización con las compras responsables, midiendo de manera adecuada, tratando de no desperdiciar. Se seleccionarán y se evaluarán a todos los proveedores. Se hará un seguimiento y se procurará que ellos tengan una política parecida a la de la empresa.

Personas que integran la organización: Siguiendo el cumplimiento de derechos humanos, se tienen en cuenta aspectos como igualdad, conciliación, salud y seguridad laboral y formación, cumpliendo esto se tiene como objetivo el crecimiento del personal, mejorar el entorno de trabajo, retener al personal talentoso y su bienestar en general.

Entorno social: Se deberán evaluar a través de una encuesta, los impactos que la empresa genera en su entorno social, siendo positivos o negativos. Siempre tratando de que los

impactos sean positivos y despertar verdaderamente el deseo de mejorar, inspirar en la gente la cultura musical y los valores intrínsecos.

Entorno ambiental: deberá haber un compromiso con el medio ambiente y cuidado con la prevención de contaminación, se evaluarán los impactos ambientales que se produzcan.

Inversores: Se llevará las cuentas con transparencia financiera y se elaboraría un informe cada tres meses. Esta relación se centra en el manejo del buen gobierno corporativo en la empresa.

Competencia: Se trataría de promover la competencia leal y honesta, también se mediarían los posibles conflictos por medio de arbitraje y comunicación, donde los dos lados podrían exponer sus ideas y se respetaría el acuerdo al cual se llegue. También se podría impulsar la cooperación y establecimiento de alianzas entre organizaciones competidoras, para lograr una mayor estabilidad en el mercado.

Administración pública: Aparte del cumplimiento de las normas legales impuestas en el país, se procurará tener una buena relación con las instituciones públicas, demostrando un buen comportamiento y responsabilidad, creando así una relación más cercana.

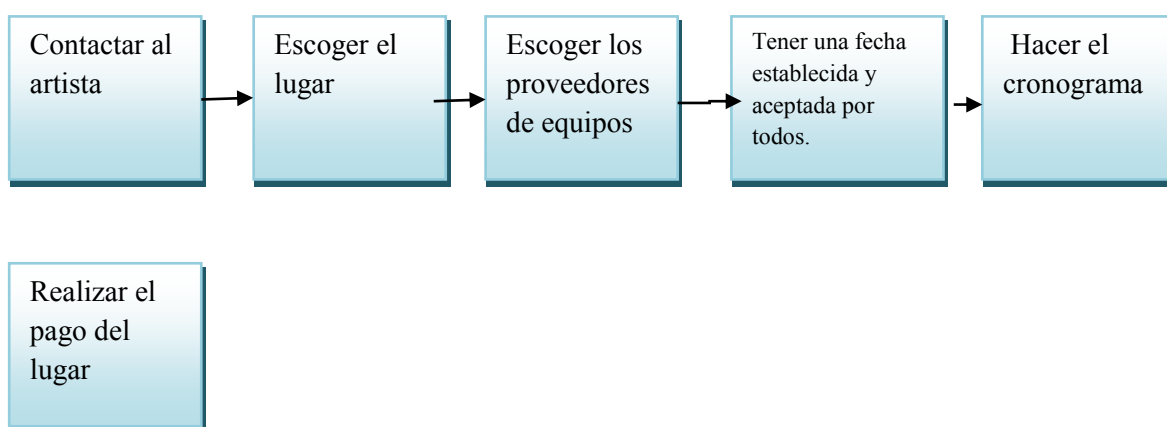
Siendo una empresa de organización de eventos, lo más importante después de aplicar los valores fundados anteriormente es la seguridad. La seguridad en los eventos, teniendo planes de contingencia en caso de alguna emergencia (Ver anexo 17).

4.5 Logística y procesos implementados

La logística se encarga de suministrar estratégicamente el procedimiento para la elaboración del show en otros casos se también trabaja en el almacenamiento de productos, manejar el stock, el cuidado de tiempos en la elaboración y producción de algún producto, también se encarga del transporte que se necesite para trasladar los productos o el personal de un punto a otro.

Figura 13.

Proceso de Planificación



Elaboración: Diana Carolina Mogollón

4.5.1 Proceso de Planificación

Contactar al artista: ponerse de acuerdo con el artista o la banda con la cual se realiza el proyecto. (2 horas)

Definición de local: busca estudiar las propuestas de todos los lugares que hay para hacer el concierto y escoger el más apropiado. (2 horas)

Definición de iluminación y sonido: escoger entre diferentes proveedores la más conveniente y definir con que empresa se va hacer la iluminación y sonido. (2 horas)

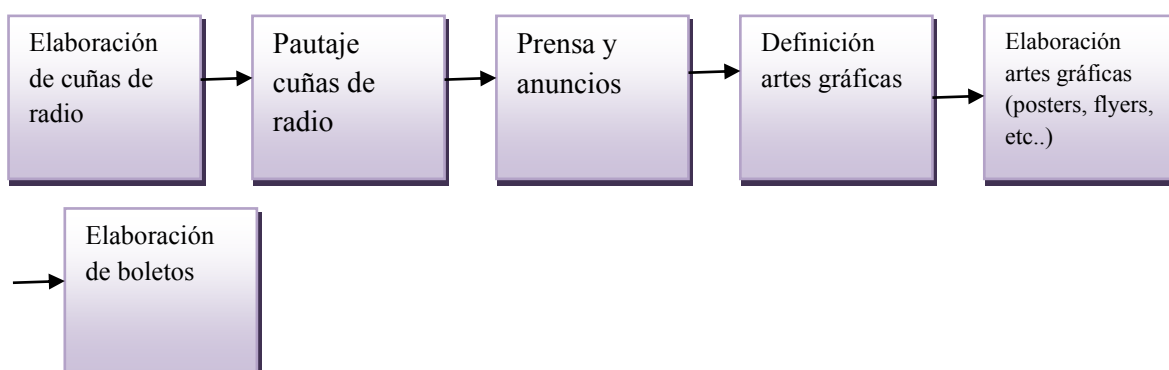
Definir fecha: establecer una fecha aceptada por todos, después de tener el día exacto del concierto, se debe realizar el cronograma y eso va a servir de referencia y va a ser la base de todo el proyecto. (48 horas)

Pagos del local: se trata de hacer el contrato con el lugar y definir los días para hacer los pagos. (24 horas)

Total: 48 horas

Figura 14.

Proceso de Publicidad



Elaboración: Diana Carolina Mogollón

4.5.2 Proceso de Publicidad

Elaboración de cuñas de radio: hacer la cuña de radio para publicitar el concierto.(4 horas)

Pautar cuñas de radio: realizar una planificación para pasar el comercial en la radio creando expectativa. Se va a pasar el comercial en las primeras fechas. (1 hora)

Prensa anuncios: realizar un boletín de prensa y mandar a todos los medios para anunciar el concierto. (2 horas)

Definir artes gráficas: diseñar todas las artes gráficas del concierto los posters, entradas, gafetes, hojas volantes, etc. (3 horas)

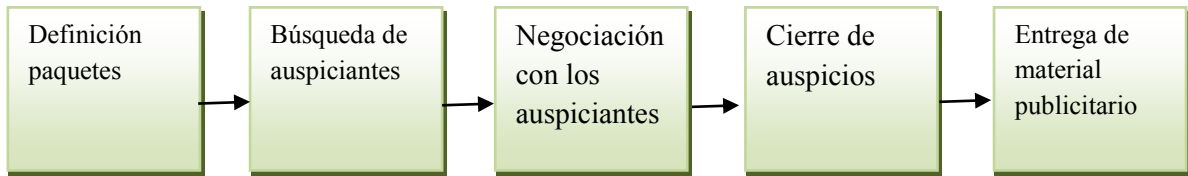
Elaboración artes gráficas: después de escoger el diseño más apropiado para el evento se imprimen todas las artes gráficas del concierto los posters, hojas volantes, etc. para comenzar a publicitar el concierto. (48 horas)

Elaboración de boletos: se imprimen todos los boletos para el concierto. (48 horas)

Total: 48 horas

Figura 15.

Selección de Auspiciantes



Elaboración: Diana Carolina Mogollón

4.5.3 Selección de Auspiciantes

Definición paquetes: realizar propuestas diferentes para conseguir auspiciantes. (3 horas)

Búsqueda de auspiciantes: comenzar a mandar las propuestas a las empresas que sean compatibles con el tipo de música que se va a ofrecer en el concierto y que tengan un concepto parecido a la banda o el artista. (48 horas)

Negociación con los auspiciantes: firma de contratos con nuestros auspiciantes. (48 horas)

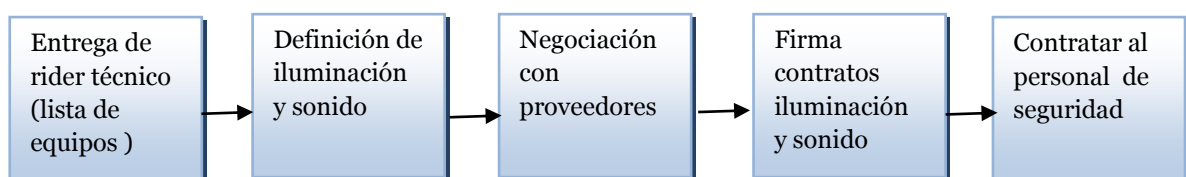
Cierre de auspicios: escoger y definir los auspiciantes más apropiados para el concierto y firmar los contratos. (2 horas)

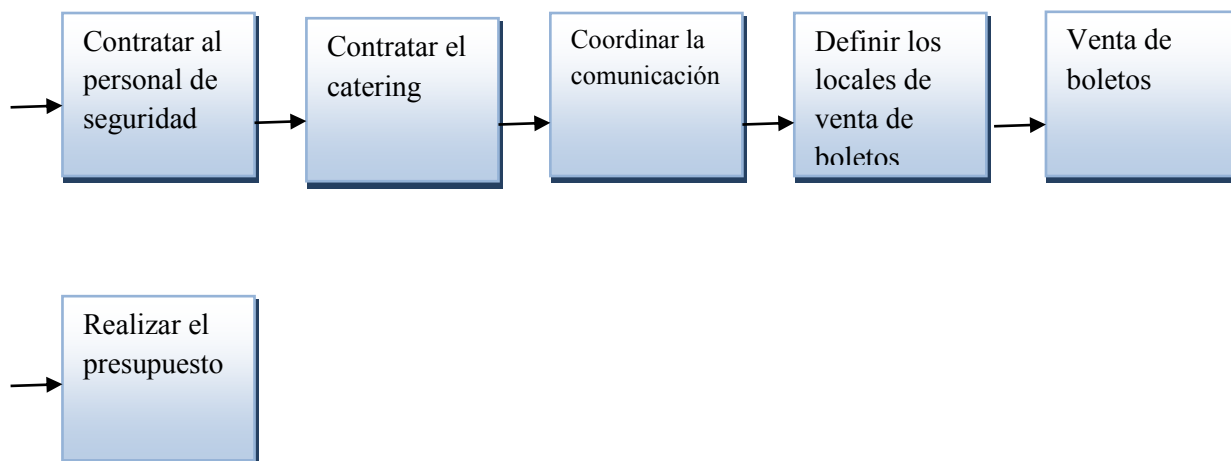
Entrega de materia publicitario: entregar a las empresas auspiciantes el material ofrecido en las propuestas. (24 horas)

Total: 120 horas

Figura 16.

Pre Producción del concierto





Elaboración: Diana Carolina Mogollón

4.5.4 Pre-Producción del concierto

Entrega de *rider* técnico (lista de equipos): crear el *rider* técnico (todos los equipos que necesita el artista) y entregar a nuestros proveedores y analizar todas las cotizaciones posibles. (4 horas)

Firma contratos iluminación y sonido: después de evaluar las diferentes opciones y presupuestos, se escoge la mejor alternativa. (48 horas)

Negociación con proveedores: firma de contratos con nuestros proveedores de sonido e iluminación. (4 horas)

Personal de seguridad: contratar a la gente que va a trabajar en la revisión de boletos y se van a ubicar en las entradas de las puertas en el concierto. (2 horas)

Definición de personal de seguridad: es hacer los contratos con la gente de seguridad y definir los lugares que necesitan seguridad. (2 horas)

Contratar el catering: para la jornada del día del evento se necesita que haya en el lugar del concierto alimentos para las personas que están trabajando y para los artistas. (2 horas)

Coordinar la comunicación: es la coordinación de la forma que se va a comunicar el equipo desde el primer día hasta el último a través de celulares, etc. (30 minutos)

Definir los locales de venta de boletos: es la coordinación de los lugares en donde se va a vender los boletos para el concierto y firmar los contratos con los locales. (48 horas)

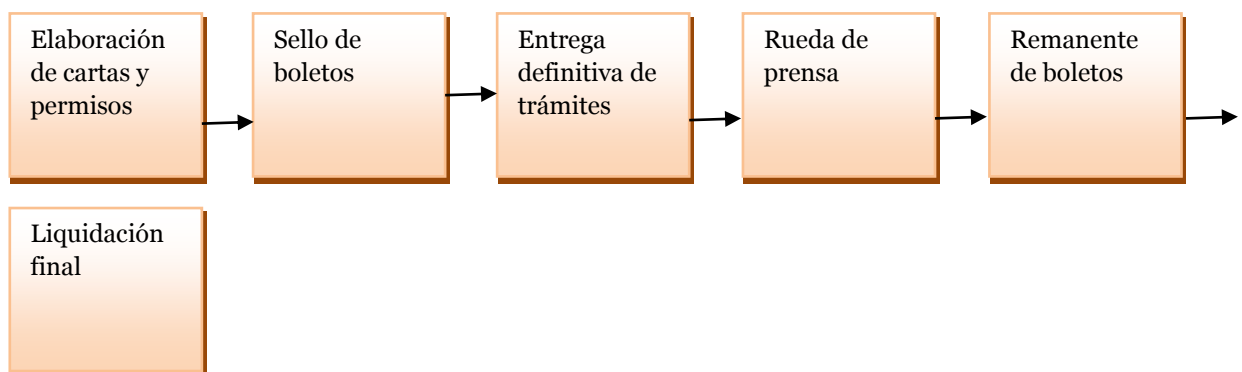
Venta de boletos: comenzar a vender las entradas para el concierto y ya en lugares definidos. (Tiempo indefinido)

Presupuestos: elaborar el presupuesto para el concierto. (6 horas)

Total: 96 horas

Figura 17.

Impuestos y permisos



Elaboración: Diana Carolina Mogollón

4.5.5 Impuestos y permisos

Elaboración de cartas y permisos: enviar las cartas al municipio de Quito para sacar los permisos para realizar el concierto. (24 horas)

Sello de boletos: hacer que sellen los boletos para el concierto y autoricen los boletos. (3 horas)

Realizar los trámites: comenzar a hacer todos los trámites para el concierto y sacar todos los permisos para el concierto. (48 horas)

Entrega definitiva de trámites: la entrega de todos los trámites que se necesita para el concierto. (4 horas)

Rueda de prensa: realizar una rueda de prensa para lanzar el concierto y más adelante otra para que la prensa hable con la artista. (24 horas)

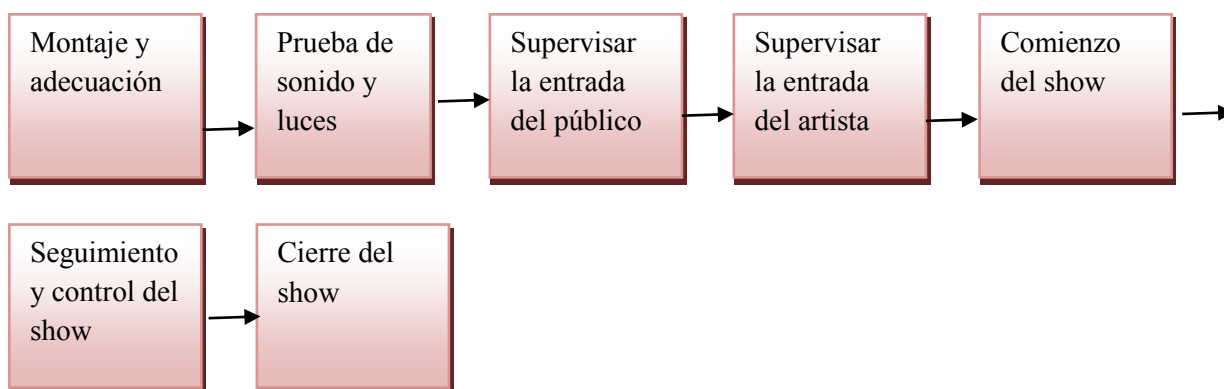
Remanente de boletos: contar todos los boletos que no se vendieron hasta la fecha del concierto para saber cuántos boletos se vendieron. (3 horas)

Liquidación final: realizar el balance de pérdidas y ganancias para evaluar la rentabilidad que tuvo el concierto. (4 horas)

Total: 96 horas

Figura 18.

Proceso de Producción del evento



Elaboración: Diana Carolina Mogollón

4.5.6 Proceso de producción del evento:

Montaje y adecuación: supervisar el montaje y adecuación de equipos, escenario e iluminación en el lugar contratado para el concierto. (48 horas)

Prueba de sonido y luces: el artista o la banda tienen que probar los equipos y establecer con el ingeniero de sonido la ecualización de todos los equipos. (1 hora)

Supervisar entrada del público: vigilar la entrada de la gente al lugar del evento. (5 horas)

Supervisar la entrada del artista: resguardar la entrada del artista al lugar del evento. (1 hora)

Comienzo del show: vigilar el buen funcionamiento de los equipos y que todo esté en orden. (2 horas)

Seguimiento y control del show: observar y controlar, que todo el *show* siga con lo planeado y estar alerta. (1 hora)

Cierre del show: evacuación del público y salida del artista. (2 horas)

Desmontaje del evento: supervisar el desmontaje de los equipos al día siguiente. (24 horas)

Total: 72 horas

Total de horas

Proceso de planificación: 48 horas + Proceso de publicidad: 48 horas + Selección de auspiciantes: 120 horas + Pre Producción del concierto: 96 horas + Impuestos y permisos: 96 horas + Proceso de Producción del evento: 72 horas

Total: 480 horas 20 días

4.6 Tecnologías de Información y Comunicación

Para desarrollar las tecnologías de información y comunicación se utilizarían como herramientas tales como: el internet, las páginas web y páginas de interacción social o redes sociales.

Como estrategia digital se usaría asesoría de imagen digital para los artistas, creando un concepto junto a ellos, para manejar una comunicación integral y poder transmitirla. Se provee adquirir un programa e instalarlo en la página web para que en usuario pueda comprar canciones realizando descargas digitales.

Para esto, se realizaría una recolección de datos en colegios y universidades. Teniendo la base de datos se les podrá enviar a los usuarios información de acuerdo a sus gustos y preferencias.

También se realizarían videos sencillos de todas las canciones de los artistas para que sean escuchadas, difundidas y compartidas en canales electrónicos como por ejemplo *You Tube*, compartiéndolas también en redes sociales.

ANÁLISIS FINANCIERO

5. Concepto del análisis financiero

Después de todos los análisis es importante tener también un respaldo numérico, y comprobar la rentabilidad del proyecto, determina la sostenibilidad, dado que ningún proyecto comercial perdura, si no genera suficientes ingresos, cubriendo también todos los gastos operativos y administrativos.

Podemos usar el flujo de caja, es el principal indicador de la fortaleza de un negocio, ya que nos indica el efectivo disponible. Nos muestra los ingresos y gastos que esperamos realizando las primeras actividades de la empresa. El presupuesto de flujo de caja se enfoca en el dinero en efectivo que posee la empresa, su capital, los ingresos de los clientes, así como también todos los egresos en efectivo que se realizan, así podremos tener un control de nuestro dinero.

Un indicador importante para el flujo de caja es el PAY BACK (periodo de recuperación del capital): es el plazo en el cual se puede medir aproximadamente el tiempo de recuperación de la inversión inicial a través de los flujos de caja netos. Su fórmula para calcularlo es ingresos menos egresos.

Para poder descifrar la rentabilidad de nuestro proyecto necesitamos realizar una evaluación de la rentabilidad financiera. El indicador que señala que un proyecto sea rentable para invertir o no es la tasa de retorno.

Existen dos índices claves que nos muestran la representación de una inversión favorable y el buen uso de los recursos que dispone la empresa, estos son: el Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).

Valor Actual Neto (VAN): es un procedimiento que con su fórmula nos permite calcular el valor presente de un establecido número de flujos de caja futuros originados por una inversión.

Tasa Interna de Retorno (TIR): es la tasa de interés que apoyará esta inversión, o la tasa de interés que rinde la inversión mientras dure el proyecto.

ROI (Retorno de la inversión): este indicativo compara la utilidad obtenida sobre la inversión realizada. $ROI = \text{Utilidad} / \text{Inversión}$

Punto de equilibrio: nos indica cuanto es lo mínimo que la empresa tiene que vender para no perder.

$$PE_{\text{unidades}} = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

CF = costos fijos totales

PVq = precio de venta unitario

CVq = costo variable unitario

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

CF = costos fijos totales

CVT = costo variable total

VT = ventas totales

El análisis financiero nos va a dar una idea más clara, más real de la rentabilidad de la empresa, para disminuir la incertidumbre que existe siempre antes de emprender un nuevo proyecto.

Para la elaboración de la empresa “EME producciones” se han podido analizar los egresos e ingresos que podría tener este proyecto. Para empezar a realizar este proyecto se necesitan la inversión de mínimo 3 socios que aportarán cada uno con US\$ 50.000 dólares. Con este capital se financiará la compra del vehículo, los equipos de trabajo y los gastos para el lanzamiento de la empresa.

Cuadro 19.

Inversión en Activo Fijo en US\$

Muebles y enseres	\$	3.500
Computadoras	\$	4.500
Vehículo	\$	15.000
Total	\$	23.000

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

Para realizar el show de lanzamiento se necesitan aproximadamente la cantidad de US\$ 70.000. Estos gastos se reparten en la publicidad, la renta de equipos para el show, la seguridad del evento y el personal necesario para poder realizar el evento. Para financiar el show se buscaría algunos auspicios, como por ejemplo: Claro, Movistar, Coca Cola, Pepsi, Nestle, Nabisco, Convers, Adidas, Fender, Gibson, Marshall, Shure, etc. Se tiene como objetivo recuperar un porcentaje del lanzamiento.

Para empezar con el proyecto, se tiene como objetivo hacer por lo menos 12 shows en el primer año, 6 pequeños y 6 medianos. Cada show tiene un costo diferente cada uno proporcionalmente a lo que se necesite o lo que cada artista demande pero se calculó algunos gastos posibles.

5.1 Premisas

- Se va a invertir en el proyecto US\$ 150.000 dólares entre tres socios. Esta primera inversión servirá para realizar los primeros pasos.
- Se invertiría US\$ 7.000 dólares en muebles de oficina y computadoras. Se comprará un vehículo de US\$ 15.000 ya que se necesita movilización para los shows.
- No se planea comprar una oficina solo se rentaría una por el momento.

- Para el lanzamiento de la empresa EME producciones se planea invertir US\$ 66.452, en un show considerablemente grande y toda la publicidad y promoción que implica
- Por gastos generales se pagará mensualmente un total de US\$ 11.700, incluye sueldos de empleados gastos generales con renta del local, pago de agua, luz, teléfono, internet, etc.
- Los gastos administrativos serian alrededor de US\$ 7.400 que implica los sueldos de todos los integrantes de EME producciones.
- La creación de la página web se dispone invertir un total de US\$ 3.000 para que sea atractiva y dinámica para las personas que la visiten.
- Se calcula realizar como mínimo 12 shows, 6 pequeños y 6 medianos que serían mínimo 1 show por mes.
- Para el año siguiente se programa aumentar a 7 *shows* pequeños y 7 *shows* medianos, un total de 14 *shows* y realizar el primer *show* grande, así consecutivamente.
- Para realizar promoción y publicidad de la empresa se planea usar el 5% de las ventas y para elaborar *merchandising* se planea usar un 4% adicional.
- En ese año se calcula que el 30% de los pagos serían en tarjeta de crédito.
- Y a los proveedores se programa pagar el 70% en efectivo.
- Con respecto a las Utilidades Netas se procede a reinvertir el 60% y el otro 40% se lo repartirá entre los socios inversionistas.
- Se planea conseguir por lo menos US\$ 3.000 en auspicios por cada show.
- A los artistas se les va a pagar el 40% de las Utilidades Brutas.
- Se provee vender el 80% de la capacidad de los lugares.

5.2 Proyección de ventas por 5 años

La siguiente proyección es una idea de cómo se manejaría la empresa durante los próximos 5 años.

Cuadro 20.

Proyección de ventas por 5 años en US\$

	Ventas 1	Ventas 2	Ventas 3	Ventas 4	Ventas 5
Show Grande	0	1	2	3	4
Show Mediano	6	7	8	9	10
Show Pequeño	6	7	8	9	10
Venta Grande	\$ -	\$ 112.200	\$ 224.400	\$ 336.600	\$ 448.800
Venta Mediano	\$ 206.550	\$ 240.975	\$ 275.400	\$ 309.825	\$ 344.250
Venta Pequeño	\$ 61.200	\$ 71.400	\$ 81.600	\$ 91.800	\$ 102.000
Venta Total	\$ 267.750	\$ 424.575	\$ 581.400	\$ 738.225	\$ 895.050
Costo Grande	\$ 0	\$ 51.788	\$ 103.576	\$ 155.364	\$ 207.152
Costo Mediano	\$ 95.859	\$ 111.836	\$ 127.812	\$ 143.789	\$ 159.765
Costo Pequeño	\$ 31.020	\$ 36.190	\$ 41.360	\$ 46.530	\$ 51.700
Costo Total	\$ 126.879	\$ 199.814	\$ 272.748	\$ 345.683	\$ 418.617
Ventas	\$ 267.750	\$ 441.558	\$ 627.912	\$ 826.812	\$ 1.038.258
Costo de ventas	\$ 126.879	\$ 207.806	\$ 294.568	\$ 387.164,40	\$ 485.596

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

Cuadro 21.

Modelo de Ventas en US\$ con (85% vendido)

Costo de los Shows		Ventas
Show Grande(5.000 a 10.000 personas)	\$ 57.652	\$112.200
Show Mediano (2.000 – 5.000 Personas)	\$ 14.777	\$34.425
Show Pequeño (alrededor 1.000 personas)	\$ 5.170	\$10.200

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

5.3 Gastos Variables

Cuadro 22.

Gastos Show Grande en US\$

		Renta de Equipos	\$ 9.830	
Radio	\$ 5.200	Costo del personal	\$ 5.700	
Posters	\$ 250	Costo local (\$4000 garantía)	\$ 9.824	
Facebook y Twitter	\$ 0	Otros gastos	\$ 156	
Banners	\$3.000	Costo de impresión de tickets y pre-venta	\$ 6.608	
		Retención SRI	\$ 11.220	
Total	\$ 8.450	Total de show	\$ 43.338	Total General \$ 51.788

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

Cuadro 23.

Gastos en US\$ Show Mediano 700 personas

Radio	\$ 2.600	Renta de equipos			
Posters	\$ 150	Costo del personal	\$ 2.280		
<i>Facebook y Twitter</i>	0	Costo local y equipos	\$ 7.504		
		Retención SRI	\$ 3.443		
Total	\$ 2.750	Total	\$ 13.227	Total	\$ 15.977

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

Cuadro 24.

Gastos en US\$ Show Pequeño

Posters	\$ 150	Personal	\$ 500		
<i>Facebook y Twitter</i>	0	Costo local y equipos	\$ 4.000		
		retención SRI	\$ 1.020		
Total	\$ 150	Total	\$ 5.020	Total	\$ 5.170

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

5.4 Costos aproximados

Cuadro 25.

Precio de Entradas en US\$ a los Shows Grandes

Precio de Entradas a los Shows Grandes		4.800 personas	Total
Entrada General mínima	\$ 15	\$2.400	\$36.000
Entrada Media (Tribuna)	\$ 30	\$1.200	\$36.000
Entrada Media Alta (VIP)	\$ 50	\$1.200	\$60.000
			\$132.000

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

Cuadro 26.

Precio de Entradas en US\$ a los Shows Mediano

Precio de Entradas a los Shows Mediano		2.000 personas	Total
Entrada General mínima	\$ 15	1.300	19.500
Entrada Alta	\$ 30	700	21.000
			40.500

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

Cuadro 27.

Precio de en US\$ Entradas a los Shows Pequeños

Precio de Entradas a los Shows Pequeños		800 personas	Total
Entrada General	\$ 15	\$800	\$12.000

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

5.5 Balance General

Cuadro 28.

Balance General en US\$

BALANCE GENERAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
Cajas Bancos	\$ 124.000	\$ 29.554,91	\$ 33.160,32	\$ 42.524,52	\$ 69.853,03	\$ 116.321,26
Cuentas por cobrar		\$ 80.325,00	\$ 132.467,40	\$ 188.373,60	\$ 248.043,60	\$ 311.477,40
Inventarios						
Otros Activos Corrientes						
Total De Activo Corriente		\$ 109.879,91	\$ 165.627,72	\$ 230.898,12	\$ 317.896,63	\$ 427.798,66
Otros Activos	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
Total de Activo Fijo	\$ 23.000	\$ 23.000	\$ 23.000	\$ 23.000	\$ 23.000	\$ 23.000
Depreciación acumulada muebles y enseres		\$ (700)	\$ (1.400)	\$ (2.100)	\$ (2.800)	\$ (3.500)
Depreciación acumulada vehículo		\$ (3.000)	\$ (6.000)	\$ (9.000)	\$ (12.000)	\$ (15.000)
Amortización de activos intangibles		\$ (200)	\$ (400)	\$ (600)	\$ (800)	\$ (1.000)
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 150.000	\$ 131.979,91	\$ 183.827,72	\$ 245.198,12	\$ 328.296,63	\$ 434.298,66
Cuentas por Pagar Proveedores		\$ 38.063,70	\$ 62.341,81	\$ 88.370,35	\$ 116.149,32	\$ 145.678,72
Total de Pasivo Corriente						
TOTAL PASIVO	\$ -	\$ 38.063,70	\$ 62.341,81	\$ 88.370,35	\$ 116.149,32	\$ 145.678,72
CAPITAL SOCIAL	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
UTILIDADES RETENIDAS		\$ (56.083,79)	\$ (28.514,09)	\$ 6.827,77	\$ 62.147,31	\$ 138.619,94
TOTAL DE PATRIMONIO	\$ 150.000	\$ 93.916,21	\$ 121.485,91	\$ 156.827,77	\$ 212.147,31	\$ 288.619,94
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 150.000	\$ 131.979,91	\$ 183.827,72	\$ 245.198,12	\$ 328.296,63	\$ 434.298,66

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

5.6 Estado de Pérdidas y Ganancias

Cuadro 29.

Estado de Pérdidas y Ganancias en US\$

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas de eventos	\$ 67.750	\$ 441.558	\$ 627.912	\$ 826.812	\$ 1.038.258	
Costo de Elaboración de Ventas	\$ 126.879	\$ 207.806	\$ 294.568	\$ 87.164	\$ 485.596	
Utilidad Bruta	\$ 140.871	\$ 233.752	\$ 33.344	\$ 439.648	\$ 552.662	
Gastos de Administración y Ventas sin Depr.	\$ 8.800	\$ 92.352	\$ 96.046	\$ 99.888	\$ 103.883	
Gastos de Promoción y Publicidad (1er año Lanzamiento)	\$ 65.132	\$ 11.688	\$ 6.667	\$ 21.982	\$ 27.633	
Gastos de elaboración de <i>Merchandising</i>	\$ 5.635	\$ 9.350	\$ 13.334	\$ 17.586	\$ 22.106	
Otros gastos operacionales (pagos artistas)	\$ 56.348	\$ 93.501	\$ 33.338	\$ 175.859	\$ 221.065	
EBITDA	\$ 75.044)	\$ 26.861	\$ 73.959	\$ 124.332	\$ 177.974	
Depreciación de muebles y enseres	\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 700	
Amortización de activos intangibles	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	
Depreciación de vehículo	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	
Utilidad operacional	\$ 78.944)	\$ 28.261	\$ 76.059	\$ 127.132	\$ 181.474	
Gastos generales	\$ 1.700	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	\$ 3.300	
Otros gastos (movilización)	\$ 1.440	\$ 1.512	\$.588	\$ 1.667	\$ 1.750	
Otros ingresos (auspicios)	\$ 36.000	\$ 22.500	\$ 27.000	\$ 31.500	\$ 36.000	
Utilidad antes de impuestos y Tributos	\$ 56.084)	\$ 45.949	\$ 8.172	\$ 53.665	\$ 212.424	
Participación Laboral	\$ -	\$ 6.892	\$ 4.726	\$ 23.050	\$ 31.864	
Impuestos a la renta	\$ -	\$ 11.487	\$ 24.543	\$ 38.416	\$ 53.106	
Utilidad Neta	\$ 56.084)	\$ 27.570	\$ 58.903	\$ 92.199	\$ 127.454	
Repartición de Utilidades del 40%	\$ -	\$ -	\$ 23.561	\$ 36.880	\$ 50.982	

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

5.7 Flujo de Caja

Cuadro 30.

Estado de Flujo de Efectivo en US\$

Estado de Flujo de Efectivo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad de Ejercicio		\$ 6.083,79)	\$ 7.569,70	\$ 8.903,10	\$ 2.199,22	\$ 27.454,40
Depreciación y Amortización		3900	3900	3900	3900	3900
Cargos a resultados que no representan el Flujo de Efectivo		\$ 2.183,79)	\$ 1.469,70	\$ 2.803,10	\$ 6.099,22	\$ 31.354,40
Aumento o disminución en Cuentas del Activo						
Cuentas por cobrar		\$ 0.325,00	\$ 2.142,40	\$ 5.906,20	\$ 9.670,00	\$ 63.433,80
Otros Activos	\$ 3.000,00					
Aumento o disminución en Cuentas del Pasivo						
Cuentas por pagar/Anticipos a Proveedores		\$ 38.063,70	\$ 24.278,11	\$ 26.028,54	\$ 27.778,97	\$ 29.529,40
Flujo Neto originado por actividades de operación	\$ (3.000,00)	\$ (94.445,09)	\$ 3.605,41	\$ 32.925,44	\$ 64.208,19	\$ 97.449,99
Propiedades, planta y equipo (compras/venta)	\$ 23.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo Neto originado por actividades de inversión	\$(26.000,00)	\$ (94.445,09)	\$ 3.605,41	\$ 32.925,44	\$ 64.208,19	\$ 97.449,99
Dividendos				\$ 23.561,24	\$ 36.879,69	\$ 50.981,76
Flujo neto originado por actividades de financiamiento	\$(26.000,00)	\$ (94.445,09)	\$ 3.605,41	\$ 9.364,20	\$ 27.328,50	\$ 46.468,23
Disminución (incremento) neto de caja	\$(26.000,00)	\$ (94.445,09)	\$ 3.605,41	\$ 9.364,20	\$ 27.328,50	\$ 46.468,23
Efectivo al principio del año	\$150.000,00	\$ 124.000,00	\$ 29.554,91	\$ 33.160,32	\$ 42.524,52	\$ 69.853,03
Efectivo al final del año	124.000,00	29.554,91	33.160,32	42.524,52	69.853,03	116.321,26

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

5.8 Índices Financieros

Cuadro 31.

Índices Financieros en US\$

PAY BACK					
Inversión	\$ 50.000				
Flujo de Caja		\$ 29.554,91	\$ 33.160,32	\$ 42.524,52	\$ 69.853,03
Pay back	4 años				\$ 116.321,26

TIR					
Flujo	\$ (150.000)	\$ 29.554,91	\$ 33.160,32	\$ 42.524,52	\$ 69.853,03
TIR	21%				\$ 116.321,26

VAN					
Inversión	\$ 150.000				
Flujo		\$ 29.554,91	\$ 33.160,32	\$ 42.524,52	\$ 69.853,03
VAN	\$ 248.673,76				\$ 116.321,26

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

La Tasa Interna de Retorno indica el porcentaje del rendimiento del negocio. Para EME Producciones el TIR es de 17%, un porcentaje considerablemente atractivo.

Cuadro 32.

ROI en US\$

Utilidad Bruta	\$ 248.673,76
Inversión	\$150.000
ROI	64%

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

El Retorno de la Inversión muestra el retorno porcentual por cada dólar invertido, en este caso sería de 64%. Esta cifra demuestra que el negocio si es rentable.

5.9 Punto de Equilibrio:

Para realizar el punto de equilibrio se tomó en cuenta las siguientes consideraciones:

La participación de los shows es de 20% para los *shows* grandes, el 40% para los *shows* medianos y el 40% para los *shows* pequeños.

Para la venta de las entradas se calcula un aproximado del 85%.

Los Costos fijos anuales son de US\$ 100.500

Fórmula:

Punto de Equilibrio = $CF / \text{Margen de Contribución A (\%)} + \text{Margen de Contribución B (\%)} + \text{Margen de Contribución C (\%)}$

Cuadro 33.

Contemplaciones en US\$

Contemplaciones					
Costo de los Shows	Costo	Ventas	Utilidad Bruta	30% para el Artista	Margen de Contribución
Show Grande(5000 a 10000 personas)	\$ 51.788	\$ 112.200	\$ 60.412	\$ 24.165	\$ 36.247
Show Mediano (2000 - 5000 personas)	\$ 15.977	\$ 34.425	\$ 18.449	\$ 7.379	\$ 11.069
Show Pequeño (alrededor 1000 personas)	\$ 5.170	\$ 10.200	\$ 5.030	\$ 2.012	\$ 3.018

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

Cuadro 34.

Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio	Porcentajes	Número de Shows	En efectivo
7,800203038	0,2	1,56004061	US\$ 56.547
	0,4	3,12008122	US\$ 34.536
	0,4	3,12008122	US\$ 9.416
			US\$ 100.500

Elaboración: Diana Carolina Mogollón

El punto de Equilibrio sería de 2 shows grandes, 3 medianos, 3 pequeños por año.

LIDERAZGO

6. Concepto de liderazgo

El liderazgo en el ámbito empresarial es uno de los factores más importantes para dirigir y prosperar una compañía. Si algunos de estos principios son intangibles, invisibles, infinitos, intrínsecos, intransferibles, inexplicables e inmedibles. Estos parámetros pueden llegar a tener un gran impacto financiero, creando valor para la marca.

Después de que se ha establecido claramente la misión, visión y los valores de la empresa, que son una raíz indispensable para saber ¿quiénes somos?, ¿a dónde vamos?, y ¿qué es valioso para la empresa? Debe haber otros factores para que la empresa tenga fundamentos más grandes.

“Antes que nada sé verídico contigo mismo”. Shakespeare

“Yo empecé a tocar, mis manos sangraban. Si dormía, dormía en el suelo, dormía en los escenarios, dormía debajo de los escenarios, y ame cada minuto de eso. Porque yo era libre”. Dave Grohl (Nirvana).

6.1 La Pasión

Pasión por lo que se hace, el trabajo, el producto, la propia idea, el sueño. La pasión es amar intensamente, simplemente no se puede vivir de otra forma. Es difícil medir, solo cada uno en su interior sabe si esto es una realidad. Tiene que ser sincero consigo mismo. Se debe reflexionar y conocerse, para saber si se ama lo que se hace, si eso que se hace le levanta todas las mañanas y le devuelve el aliento para seguir. Si no hay otra cosa en el mundo que se quisiera hacer. Steve Jobs fue uno de los empresarios más exitosos del mundo, pero lo interesante es que ese no era su plan fue una consecuencia de todo lo que hacía. Era millonario, pero no le interesaba, no reunía ese dinero para su jubilación. Amaba cada minuto de su trabajo. Steve Jobs era un genio, pero no fue a la universidad, lo

despidieron de su propia empresa y los directivos de la junta de Apple pensaban que era muy inmaduro, además de eso se lo veía como demasiado hiperactivo, insistente y persistente, es decir que no se rendía y creía que todo era posible.

No existe ningún perfil de líderes, es decir, los líderes pueden ser hombres, mujeres, jóvenes, adultos, no existe un limitante. Esto nos dice que todos pueden ser un líder, todos pueden llegar a ser un genio. Se tiene que descubrir que es lo que se ama. Indagar, buscar, cuestionar, cuestionarse, sino nunca vamos a encontrar las respuestas. A veces la sociedad solo nos dice nuestras obligaciones: tú tienes que ir a la universidad, tienes que encontrar un trabajo que te de dinero y de acuerdo, es una parte de la vida, pero no es una verdad individual. El dinero, la fama, el éxito no son un fin son una consecuencia de hacer bien las cosas. Van Gogh no hizo un centavo por sus pinturas hasta el día que murió, todo lo hacía por el amor a su trabajo.

EME producciones es un proyecto que nace de una pasión por la música. Un amor por fomentar la cultura musical ecuatoriana y los propios músicos ecuatorianos. El conocer es fundamental para poder amar algo, sino se conoce no se puede amar, ni valorar.

“Es justamente la posibilidad de realizar un sueño lo que hace que la vida sea interesante”. Paulo Coelho.

“La única forma de tener un trabajo genial es amar lo que hagas. Si aún no lo has encontrado, sigue buscando. No se conformen. Como en todo lo que tiene que ver con el corazón, lo sabrás cuando lo hayas encontrado”. Steve Jobs.

6.2 El Sacrificio

Este principio viene ligado al amor. Es un placer sacrificarte por algo que amas infinitamente. Deja de ser sacrificio, o dejas de sentir que es un sacrificio. Si no hay amor no hay sacrificio. Las personas que “llegaron lejos” fue porque tuvieron que caminar literalmente un largo camino y no fue fácil. Las grandes cosas se han hecho paso a paso y probablemente han durado años en ser lo que son. Las pirámides de Egipto no se construyeron en un día, tenemos que tener paciencia y seguir.

EME producciones está dispuesto a sacrificar hasta donde se pueda, incluso el primer año no va a haber ganancias. Poco a poco la empresa va a recuperar la inversión.

“La imaginación es más importante que el conocimiento”. Albert Einstein

“Dios no te hubiera dado la capacidad de soñar sin darte también la posibilidad de convertir tus sueños en realidad”. Hector Tassinari

*“Mientras más personas te ridiculicen, más tienes la certeza de que tienes un gran sueño”.
Robin Sharma*

6.3 Empezar a soñar

Soñar, creer, atreverse y hacer, estas palabras caracterizan a la doctrina de Disney. Todo empezó con un ratón. Jay Elliot decía “Muchas personas me dicen quiero ser un gran empresario. Cuando les pregunto: ¿Qué idea tienes?, contestan: “Todavía no la tengo.” A gente como ésta le respondo: “Creo que tienes que conseguir un trabajo como camarero o algo así hasta que encuentres algo que te apasione.” Entonces empezar a soñar. Steve Jobs soñaba con cambiar el mundo, con hacer una revolución y lo logró.

EME producciones es un sueño todavía, es una idea que nació por el amor de la música. Y los proyectos nuevos igual van a manejar este concepto.

“Realmente tengo la impresión de que todos debemos cometer errores. Y debería animarse a la gente a que puede cometer errores”. Michael Eisner

*“Los grandes logros de cualquier persona generalmente dependen de muchas manos, corazones y mentes”.
Walt Disney*

6.4 Tener un equipo adecuado

Buscar y reclutar gente que confíe en uno, que crea en lo mismo que cree la empresa, que tenga una visión conjunta que juntos trabajen para el mismo objetivo. Igualmente se debe tener la capacidad de confiar en las personas, hacerles sentir que todos son importantes y delegar responsabilidades. Incluso las personas que tienen el contacto al cliente son las más importantes y tal vez las menos capacitadas. Buscar el talento y atraerlo, el talento atrae talento, y cuando se los encuentre hay que mantenerlos. Steve Jobs logró reclutar a los mejores y mostraba su producto con tanta pasión que los atrapaba, usaba frases como: “Quieres vivir toda tu vida vendiendo agua con azúcar o quieres cambiar al mundo” esto le dijo a Jonh Sculley, presidente de PepsiCo, quien realizó la campaña de mercadotecnia para Pepsi conocida como “El reto Pepsi” el cual atrajo gran parte del mercado de Coca-Cola. Gran parte del trabajo en equipo es dejar que las personas aporten nuevas ideas y

tratar de desarrollar las que sean buenas. Esto inspirará a muchos y aumentará su creatividad en la empresa. Se sentirán escuchados, entendidos y realizados como personas y profesionalmente, sabiendo que aportaron para la mejora de la empresa y fueron escuchados.

EME producciones va a buscar gente que comparta este amor por la música. Que manejen algún instrumento, o que hayan manejado. Que tengan alguna relación con la música. Este factor va a ser un requisito fundamental en la hoja de vida.

6.5 Los detalles hacen la diferencia

Cuando alguien está verdaderamente enamorado definitivamente es detallista. ¿Qué lugar más detallista que “El maravilloso mundo de Disney”? ¿Qué producto más detallista que un “iPhone”? Los detalles son importantes porque son el complemento del todo. Son una mínima expresión que a la vez dice mucho. Otro ejemplo “Hard Rock Café” ¿Qué lugar más detallista que este? Todo, absolutamente todo comunica música, es un museo de música en el que puedes ir a tomar café. Los detalles también comunican calidad, es decir que cada milésima parte tiene un sentido y se lo ha hecho con una finalidad. Steve Jobs quería que sus productos sean sencillos, a tal punto de que un estudiante de primaria lo pudiera usar. Igualmente Disney trata de simplificar los trámites para los clientes, por ejemplo, cuando alguien quiere comprar un departamento, el contrato es una sencilla hoja que incluso tiene una línea pintada donde tienes que firmar.

Figura 19.

Hard Rock Café Washington D.C.



Fuente: Hard Rock Café ciudad de Washington D.C.

EME producciones igualmente quiere ofrecer un ambiente de trabajo que sea agradable para los empleados. Igualmente en cada show se planea revisar cada detalle. Igualmente en cada elemento publicitario.

“Ama lo que haces, ama lo que creas y hazlo a la perfección”. Steve Jobs.

“Lo que le gusta a la gente son las cosas que notan que son auténticas, que vienen del corazón ”. Dave Grohl. Nirvana

“Prefiero ser el peor de los mejores que el mejor de los peores”. Kurt Cobain. Nirvana

6.6 Calidad sobre cantidad

Steve Jobs decía que la mejor decisión financiera era “Calidad sobre cantidad”. Porque a pesar de que la marca está en riesgo si se toma la decisión equivocada, es importante para la empresa llevar una reputación de buena calidad. ¿Quién quiere estar asociado con baja calidad o con productos mediocres? Nadie. La gente siempre busca la excelencia. Y se nota cuando algún producto está dirigido a simplemente vender o cuando las cosas se hacen con gran esfuerzo y se nota que han trabajado arduamente para obtener el resultado final.

Siendo otro caso, el marketing no sirve. Si un producto es malo por más que tenga una fuerte campaña por detrás, las ventas van a durar solamente una por cabeza. La muerte del producto llega la primera vez que el consumidor ha probado el producto. Uno mismo y hasta la gente de la propia empresa debería usar o gustar de los productos o servicios, porque creen firmemente que realmente son buenos. Si uno mismo no usa el producto ¿quién si lo va a usar?

EME producciones se alinea con esta filosofía de “Calidad sobre Cantidad”. Se va a escoger bandas o artistas que sean profesionales, que tengan temas propios, que hayan tenido un recorrido musical.

“La tecnología es un excelente servidor pero un terrible jefe”. Robin Sharma

“La capacidad de vender, de comunicarse con otro ser humano, cliente, empleado, jefe, esposa o hijo, constituye la base del éxito personal. Las habilidades de comunicación como escribir, hablar y negociar son fundamentales para una vida exitosa.”

Robert Kiyosaki

“Si escuchas realmente a una persona, la estas honrando”. Robin Sharma

6.7 La comunicación

Básicamente es dar un mensaje y que la otra persona reciba el mensaje. Suena simple, pero es una de las cosas más complejas de lograr. Lograr ser entendido, escuchado y valorado. Ahora es más difícil la tecnología nos tiene más desconectados que nunca, porque el trato es impersonal. Ese trato impersonal crea desconfianza. Porque no es un trato directo, está la computadora de por medio, es más difícil llegar conocer realmente a la otra persona. Los negocios están hechos a base de relaciones. Empezar a escuchar. Estamos sometidos a tantas distracciones inútiles que es difícil llegar a concentrarnos y poder escuchar. Empezar a escuchar verdaderamente.

EME producciones está de acuerdo con llevar una relación muy cercana con todos sus “*stakeholders*” (proveedores, clientes, artistas, etc.) Las negociaciones se las va a realizar personalmente. Igualmente va a haber un trato directo con los artistas y se planea realizar juntas donde se pueda conversar del proyecto sin límite de tiempo, hasta llegar un acuerdo. En las reuniones se planea estar hasta con los diseñadores gráficos, para que todos entiendan el mensaje que se quiere transmitir al público.

“El glorioso legado de un ser humano es vivir con un propósito”. Montaigne

“Como vivir una vida de la que al final de tu vida estés orgulloso de eso”. Robin Sharma

CONCLUSIONES

- El proyecto “EME producciones” se muestra atractivo de acuerdo a todas las investigaciones realizadas. De acuerdo a la investigación de mercados existe una gran aceptación por los conciertos en todas las clases sociales e igualmente por las divisiones de edades. Tomando en cuenta que todos los artistas famosos algún día fueron desconocidos.
- La venta de discos ya no es un negocio rentable algunas tiendas que habían en el país quebraron por la piratería de discos. Los espectáculos y conciertos se convirtieron en la nueva forma de negocios para los músicos. El mayor ingreso para los artistas se convirtieron los *shows*.
- El avance de la tecnología no es tan mala como parece, gracias a ella también los músicos se están dando a conocer y se puede compartir información más fácilmente. La globalización nos ayuda a estar muy conectados hasta con personas que viven en otros continentes.
- El uso de internet se ha incrementado progresivamente en los últimos años. Esto también ayuda a la comunicación entre el vínculo de músicos y sus seguidores, incluso en las generaciones más pequeñas.
- Por otro lado está el nuevo movimiento de “Cultura Libre” promueve la libertad de la distribución y modificación de trabajos creativos. Argumentan también que en el futuro ya nadie va a pagar por un *CD*, porque los archivos musicales también se están compartiendo libremente.
- Artistas internacionales que antes nunca venían a Latinoamérica han demostrado interés ahora por este mercado porque sus ingresos por venta de discos ya no son representativos.

- En el país existen varias tiendas de discos y *DVD's* piratas que declaran al Servicios de Rentas Internas, pero si se tiene un control y un convenio para no afectar a los artistas nacionales.
- Se tiene que tomar en cuenta que el género musical que más demanda tiene es el Rock y el Pop, si debe haber un enfoque considerable en estos géneros para la producción de algún artista.
- De acuerdo la segmentación de mercados las radios más escuchadas son: Radio Disney, Onda Cero, La Bruja, La Metro, Radio Exa, Alfa Radio, estas radios se especializan en música Pop Rock, Pop Electrónico, Pop Tropical y ponen música que este dentro de estos parámetros, excepto La Metro.
- Partiendo del concepto de que “Uno no puede amar lo que no conoce” entonces se debe facilitar a los usuarios información sobre los artistas, se debe ser receptivos.
- Se debe tener la capacidad de elegir a los artistas ya que se relacionan directamente con nuestra marca. Según su desenvolvimiento musical, la música que interpretan, su calidad como músicos.
- Los artistas que han salido adelante y se han destacado ha sido por su enfoque, perseverancia y su preparación musical. Muchos de ellos tienen conocimientos universitarios en su formación musical. Los grandes artistas son grandes personas, algunos han tenido experiencias un poco dolorosas que los han hecho crecer como personas.
- Según las entrevistas realizadas a las radios se puede ver un poco de abertura para los nuevos artistas, sin embargo, el género principal para las radios y por lo general es Pop.
- Algunas radios internacionales realizan shows en vivo, como Radio Disney y Radio Exa. La Radio “Los 40 principales” también realiza premiaciones a los artistas a nivel nacional. Incluso las radios, han organizado shows en vivo, sea para posicionarse, para recordación de marca o para promoción, entre otras.
- Cualquier trabajo que sea realizado con amor, detalladamente, viendo cada una de sus partes como un complemento del todo, que cada cosa que se decida o se haga tenga un sentido, que se apasione al hablar de su empresa, que se note que vive por su trabajo no

para su trabajo. Tal vez son cosas que no se pueden medir pero si se pueden sentir y tienen que ser reales, sinceras, coherentes. Así se lograría tener un buen resultado.

- El liderazgo es importante en cualquier aspecto y en cualquier forma de negocio ya que si no se disfruta o no se tiene pasión por lo que se hace no tiene sentido hacerlo.
- Hay artistas que han creado una imagen y un concepto y eso les ha ayudado a darse a conocer más rápido, sin embargo, hay que tomar en cuenta que ellos también han tenido escuela musical. El estudio y el conocimiento musical también es importante en un artista.
- No hay disqueras en el país, entonces no hay una industria establecida, todos los artistas son independientes. Incluso algunos artistas ha tenido que crear sus propios estudios de grabación, sus propias disqueras y algunos han producido sus propios discos.
- Hay una necesidad de los artistas de tener una industria que respalde su arte ya que es difícil llevar las dos cosas a la vez.
- Según la encuesta realizada, se puede decir que hay una demanda desatendida con respecto al Rock, ya que existe en el mercado ofertantes Pop y por otro lado un Rock muy alternativo. Este segmento puede estar siendo atendido por el nuevo lanzamiento de “Verde 70”, sin embargo, el segmento es bastante amplio y la demanda bastante alta.
- Tener un equipo apropiado, que haya un buen ambiente, amistad, cuidado, responsabilidad, entrega, esto es fundamental para que las cosas funcionen. Se necesita dedicarle tiempo para buscar y seleccionar a las personas apropiadas.
- En este tiempo es fundamental que el artista y la empresa este en redes sociales. Estar en contacto por este medio con el público es importante, ya que el medio que más usa la gente para escuchar música es el internet. La radio está en segundo puesto.
- La imagen de los artistas si puede influir un poco pero no es lo fundamental para trascender. Lo auténtico, la verdad, la pureza, trasciende y se convierte en una leyenda.
- Debe haber una idea clara en el artista de su música, por ende debe tener un conocimiento interno y por consecuencia va a poder tener una comunicación clara con sus oyentes.
- La pasión es contagiosa.

BIBLIOGRAFÍA

El Comercio, (2008, 17-Noviembre). Gama TV, canal incautado a ex banqueros Isaías, pasa a manos del Estado. *El Comercio*.

El Comercio, (2011, 27-Noviembre). El impacto de Wikileaks en Latinoamérica. *El Comercio*.

El Universo, (2011, 5-Abril). ‘No grata’ es Hodges para Rafael Correa, quien le exige irse. *El Universo*.

El Universo, (2011, 7-Abril). EEUU expulsa a embajador de Ecuador en Washington; Correa buscará solidaridad regional. *El Universo*.

El Universo, (2011, 30-Marzo). Rafael Correa demanda a El Universo. *El Universo*.

Diario Hoy, (2011, 22-Septiembre) Correa es declarado persona non grata en la localidad de New York. *Diario Hoy*.

El Comercio, (2012, 16-Junio). Julian Assange pide Asilo político en embajada de Ecuador en Londres. *El Comercio*

El Comercio, (2012, 16-Agosto). Ricardo Patiño anuncia que Ecuador concede el asilo a Julian Assange. *El Comercio*.

Brasil Económico, (2011, 13-Abril). Ações da T4F fecham estáveis em estreia na Bovespa. *Brasil Económico*.

El Universo, (2004, 10-Febrero). Tower Records se declaró ayer en bancarrota. *El Universo*

El Comercio, (2011, 6-Noviembre). Aerosmith llegó a Quito y desbordó la alegría de sus fanáticos. *El Comercio*.

El Comercio Perú, Recuperado 2011, 13-Mayo. Paul McCartney: Las cifras del concierto más caro hecho en Perú. *El Comercio Perú*.

Infobae América, Recuperado 2013, 28-Abril. La revolución musical de iTunes cumple 10 años. Infobae América. Buenos Aires, Argentina. <http://america.infobae.com/notas/70522-La-revolucion-musical-de-ITunes-cumple-10-anos.html>

Comissão de Valores Mobiliários. (2011). *Prospecto Preliminar de Distribuição Pública Primária e Secundária de Ações Ordinárias de Emissão da Time 4 Fun. São Paulo, Brasil*.

Kotler, Philip. (2000). *Dirección de Marketing*. Distrito Federal: Pearson.

Porter, Michael. (2008). *Las Cinco Fuerzas Competitivas que le dan forma a la Estrategia*. Harvard Bussines Review.

Kerin, Hartley R. (2009) Marketing. 9na Edition, McGraw – Hill.

Bodie, ZVI & Merton, R. (2003) *Finanzas*. Mexico.: Pearson Educación.

Welch, Jackson. (2005) *Winning*. Happer Collins. Barcelona, España.: Javier Vergara Editor

Kotler, P. (2005) Los 10 Pecados Capitales del Marketing. Barcelona.: Planeta De Agostini Profesional y Formación, S.L.

Elliot, Jay. (2012). *El Camino de Steve Jobs. Liderazgo para las nuevas generaciones*. España: Santillana Ediciones Generales. S.A.

Sharma, Robin. (2010). *El líder que no tenía cargo*. Barcelona, España.: Ramdom House Mondadori S.A.

Capodagli, B. & Lynn Jackson. (2002). *La Gestión al Estilo Disney. Mc Graw-Hill Companies*. Traducción, (2007) Barcelona: Ediciones Deusto.

BM&F Bovespa, Bolsa de Valores de São Paulo. Recuperado 2013 20-Junio. <http://www.bmfbovespa.com.br/en-us/home>

NYSE, Bolsa de Valores de Nueva York. Recuperado 2011, 20-Diciembre.
Recuperado 2013 10-Junio. <http://www.nyse.com/>

El Banco Mundial. Recuperado 2012, 30-Junio. <http://www.bancomundial.org/>

Montenegro, Diego (2010). *Paper Distribución Comercial*.

Boada, Alfonso (2009). *Paper Políticas de Empresas*.

El Banco Central del Ecuador. (2011) Recuperado 2011, 30-Noviembre.
<http://www.bce.fin.ec/>

SAYCE. Recuperado 2012, 20-Enero. <http://www.sayce.com>

INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Recuperado 2012, 12-Enero, en
<http://www.inec.gob.ec/home/>

Grueso, Stéphane M. (Dirección). (2010). ¡Copiad Malditos! [Documental] Madrid, España.

Creative Commons. Correa, C. (2013). II Congreso Internacional de Cultura Libre. 30 y 31 de Mayo. Quito, Ecuador.

Creative Commons. Recuperado 2013, 25-Mayo. <http://www.creativecommons.ec>

Lessing, Lawrence. (2005). *Por una Cultura Libre, cómo los grandes grupos de comunicación utilizan la tecnología y la ley para clausurar la cultura y controlar la creatividad*. Madrid: Javier Candeira & Traficantes de Sueños.

Bravo, David. (2005). *Copia este libro*. España: Graficas Monterreina.

Malamud, C. & Garcia-Calvo, C. (2009) La política exterior de Ecuador: entre los intereses presidenciales y la ideología. Real Instituto Elcano.
http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/dd45d5804f0199109261f63170baead1/ARI61-2009_Malamud_Garcia-Calvo_politica_exterior_Ecuador.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=dd45d5804f0199109261f63170baead1

Castro, Darío. (2012). Cantautor Ecuatoriano. Entrevista.

Checa, David. (2012). Director General de SAYCE. Entrevista.

Brito, Israel. (2012). Cantautor Ecuatoriano. Entrevista.

Velasco, Juan Fernando. (2012). Cantautor Ecuatoriano. Entrevista con Marlon Becerra.

Miño, Fausto. (2012). Cantautor Ecuatoriano. Entrevista con Rosalía Arteaga.

Miño, Diego. (2011). Integrante de Tomback y Chaucha Kings. Conferencia en la Universidad de Los Hemisferios.

Granda, Andrés. (2013). Integrante de Papá Changó. Entrevista en línea.

Jobs, Steve. (2005). CEO de Apple y Pixar. Discurso en la Universidad de Standford. California.

Grohl, Dave. (2013) Compositor, escritor, músico estadounidense. Integrante de “Nirvana” y creador de “Foo Fighters”. Discurso en Keynote 2013. South By Southwest.

Radio Disney. Recuperado 2013, 20-Septiembre. <http://www.disneylatino.com/radio/>

Radio Onda Cero. Recuperado 2013, 20-Septiembre. <http://www.radios.com.ec/onda-cero/>

Radio La Bruja. Recuperado 2013, 20-Septiembre. <http://www.jcradio.com.ec/>

Radio La Metro. Recuperado 2013, 21-Septiembre. <http://www.lametro.com.ec/>

Alfa Radio. Recuperado 2013, 21-Septiembre. <http://www.alfa.com.ec/>

Radio Exa. Recuperado 2013, 21-Septiembre. <http://www.exafm.com/#!/ecuador/home>

ANEXOS

Anexo 1.

ENCUESTA

Edad:

Sexo: F M

Colegio:

1. ¿Qué profesión tienen tus padres? ¿Tienen algún postgrado o maestría?

Papa _____

Mama _____

2. ¿Qué trabajo desempeñan tus padres?

3. ¿Cuáles electrodomésticos hay en tu hogar?

- a. Refrigerador b. Televisión c. lavadora y secadora d. microondas e.
todos

4. ¿Tienes internet en tu casa? Sí No

5. ¿Tienes servicio de correo electrónico en casa? Sí No

6. ¿Cuántas personas viven en tu casa?

7. ¿Cuántos teléfonos celulares tienen entre todos los habitantes de tu casa?

8. ¿Cuántas computadoras hay en tu hogar? ¿Utilizan computadoras portátiles también?

9. ¿Cuántos vehículos hay en tu hogar? ____

Marca _____ Clase _____ Tipo _____
Año _____ Modelo _____

1. **Menciona tu artista ecuatoriano favorito.**
2. **Menciona tu banda ecuatoriana favorita.**
3. **¿Qué tipo de música te gusta más?**
4. **¿Qué tipo de show te gusta? Escoge 3 máximo, enumera del 1 al 3, siendo 1 el principal.**
 - a. ___ Musical / Concierto b. ___ Musical/ Teatro c. ___ Música Clásica/ Ópera
 - c. ___ Teatro/ Comedia d. ___ Baile/Danza e. ___ Teatro/Circo/ Acrobacia
5. **¿Cuánto gastas en promedio en un show?**
 - a. \$5 a \$15 b. \$ 15 a \$30 c. \$30 a \$50 d. \$50 a \$75
6. **Si en verdad te gusta algún show, algún artista en especial. ¿Cuánto es lo máximo que pagas?**
 - a. \$25 a \$40 b. \$40 a \$70 c. \$ 70 a \$100
7. **¿Qué lugares frecuentas para algún show? Escoge máximo 3, enuméralos siendo 1 el que más te gusta.**
 - a. ___ Plaza de las Américas b. ___ Teatros c. ___ Casa de la Cultura d. ___ Casa de la Música
 - e. ___ Bares (House of Rock, Blues, etc...) f. ___ Otro _____

Si es teatro, menciona cuál de los teatros _____
8. **¿Por cuales medios escuchas música? Enuméralos siendo 1 el principal.**
 - a. ___ Radio b. ___ Televisión c. ___ Internet d. ___ Otros

Menciona la radio principal _____

9. ¿Te gusta la música que se produce actualmente en el país?

- a. Si b. No

No ¿Por qué? _____

10. De la lista adjunta, ¿quién es tu artista favorito? ____

11. De la lista adjunta, ¿cuál es tu banda favorita? ____

12. De la lista adjunta, ¿cuál es tu género musical favorito? ____

CANTANTES

1.AU-D

2.BRANDAO

3.DAMIANO

4.DANIEL BETANCOURT

5.DANIEL PAEZ

6.DANIEL PARRA

7.DANILO PARRA

8.DANILO ROSERO

9.DARIO CASTRO

10.DAVID CANIZARES

11.DELFIN QUISHPE

12.DJ MONTI

13.FAUSTO MIÑO

14.FERNANDO PACHECO

15.GERARDO MORAN

16.GUSTVO HERRERA

- 17.HUGO HIDROVO
- 18.IGOR ICAZA
- 19.ISRAEL BRITO
- 20.JOHANNA CARREÑO
- 21.JOSE DANIEL PARRA
- 22.JOSE LUIS DEL HIERRO
- 23.JUAN FERNANDO VELASCO
- 24.KARLA KANORA
- 25.MARGARITA LASSO
- 26.MARTIN TERAN
- 27.MICHELLE CORDERO
- 28.MIRELLA CESA
- 29.PABLO NOVOA
- 30.PAMELA CORTEZ
- 31.PANCHO TERÁN
- 32.RICARDO WILLIAMS
- 33.RICCARDO PEROTTI
- 34.SERGIO SACOTO
- 35.VIVI PARRA

BANDAS

1. ALICIA SE TIRÓ POR EL PARABRISAS
2. ALMA RASTA
3. ANIMA INSIDE

4. ARKABUS
5. BARAK
6. BASKA
7. BIORN BORG
8. BLAZE
9. BLUES S.A.
10. CAALÚ
11. CADAVER EXQUISITO
12. CAN CAN
13. CANELA Y SON
14. THE CASSETTES
15. CHAUCHA KINGS
16. CHERNOBYL
17. CURARE
18. DA RATS
19. DESCOMUNAL
20. EQUILIVRE
21. ESTO ES ESO
22. LA FUNK FAMILIA
23. GUARDARRAYA
24. GUERRILLA CLIKA
25. LA GRUPA
26. LEGO

27. MAMÁ VUDÚ
28. MAMA SOY DEMENTE
29. NIÑOSAURIOS
30. NOTOKEN
31. PAPÁ CHANGÓ
32. LOS PESCADOS
33. LA PIÑATA
34. PRIME MINISTERS
35. EL RETORNO DE EXXON VALDEZ
36. ROCKO Y BLASTY
37. ROCKOLA BACALAO
38. ROCK VOX
39. SAL Y MILETO
40. SPIRITUAL LYRIC SOUND
41. SUBLIMINAL
42. SUDAKAYA
43. TANQUE
44. TERCER MUNDO
45. TIERRA CANELA
46. TOMBACK
47. LOS TXK
48. VEDETTE
49. VERDE 70

50. VERNEPIA

51. VIUDA NEGRA

GÉNEROS MUSICALES

1. BLUES

2. MÚSICA CLÁSICA

3. DISCO

4. MÚSICA BAILABLE (SALSA, MERENGUE)

5. MÚSICA ELECTRÓNICA (TRANCE, TECNO)

6. MÚSICA FOLCLÓRICA

7. FUNK

8. GRUNGE

9. HIP HOP

10. JAZZ

11. POP ROCK

12. PUNK

13. RAP

14. REGGAE

15. REGGAETON

16. ROCK

17. ROCK LATINO

18. ROCK AND ROLL

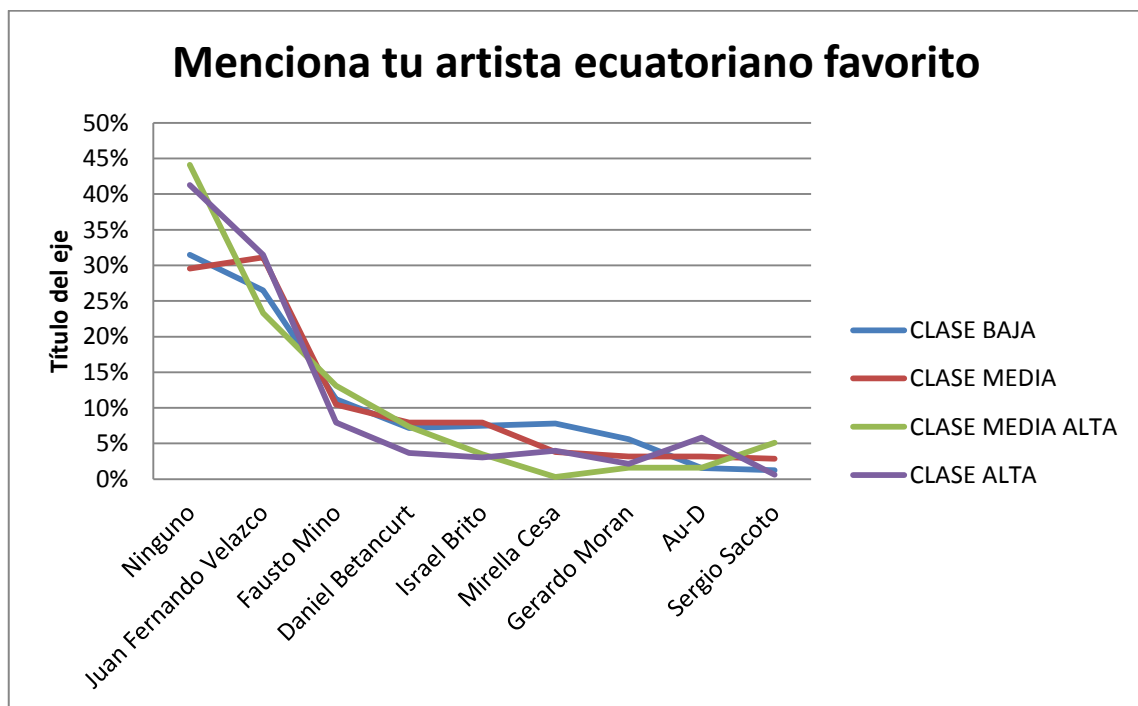
19. RHYTHM AND BLUES (R&B)

20. SKA

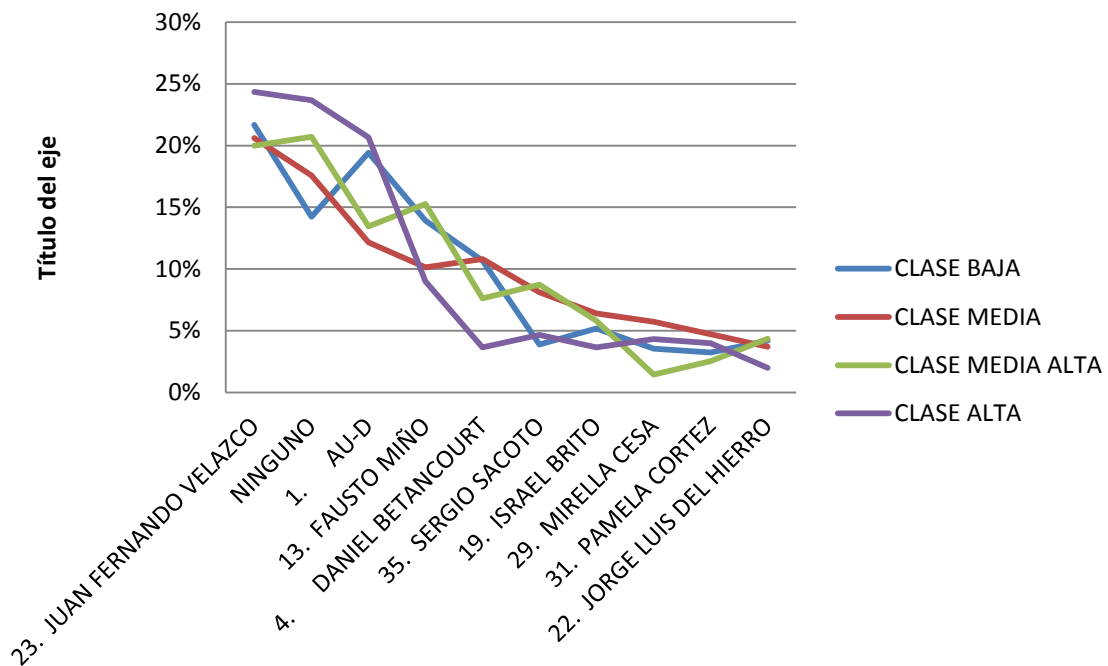
21. SOUL

22. TROPICAL POP

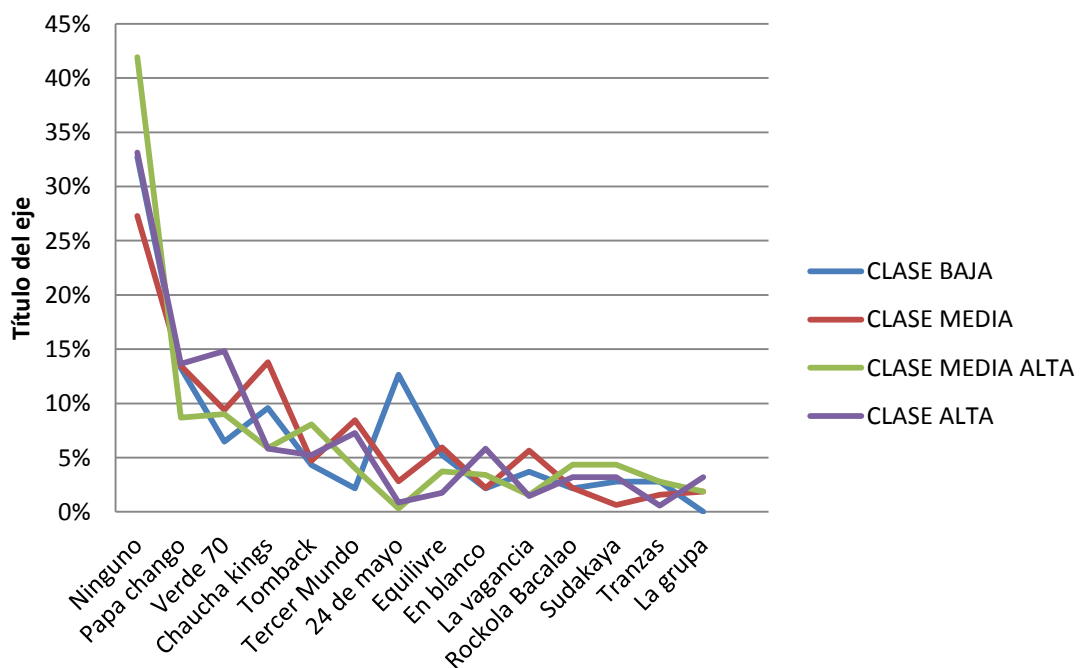
GRÁFICOS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS OBTENIDOS SEGÚN CLASES SOCIALES



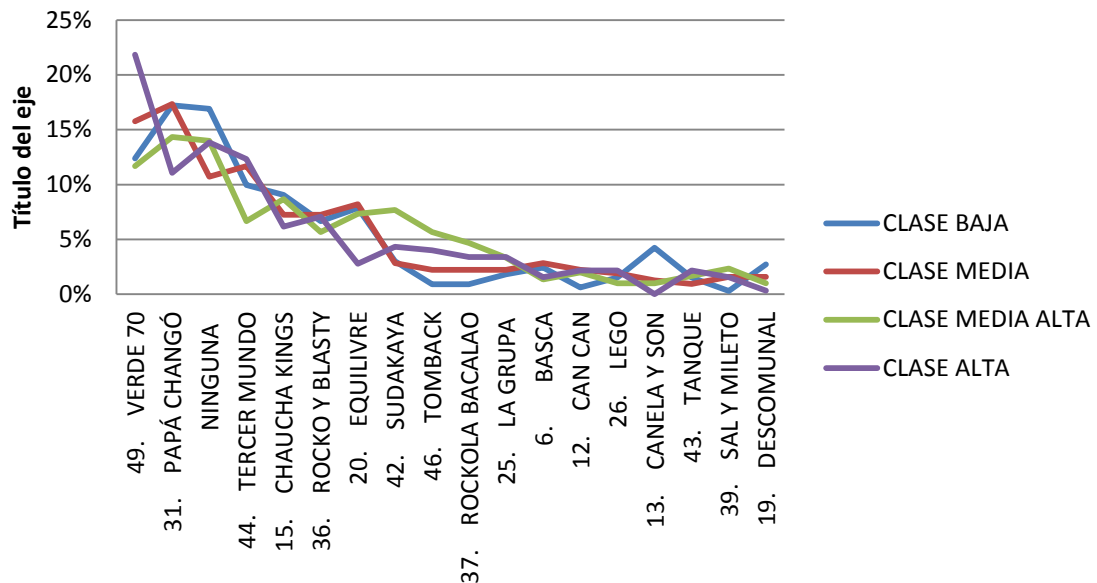
De la lista adjunta. ¿quién es tu artista favorito?



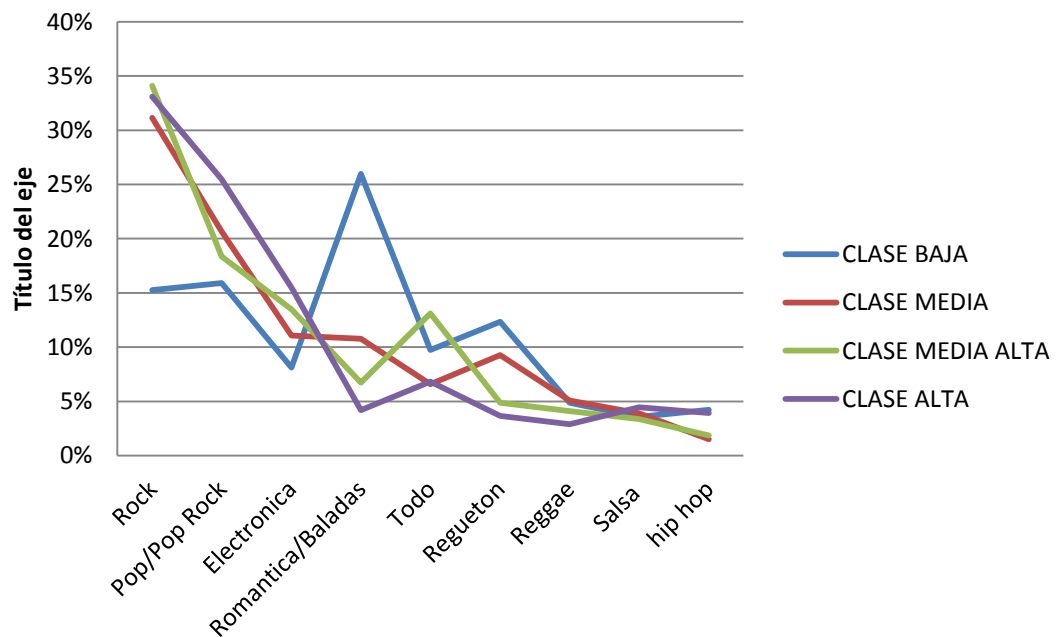
Menciona tu banda ecuatoriana favorita



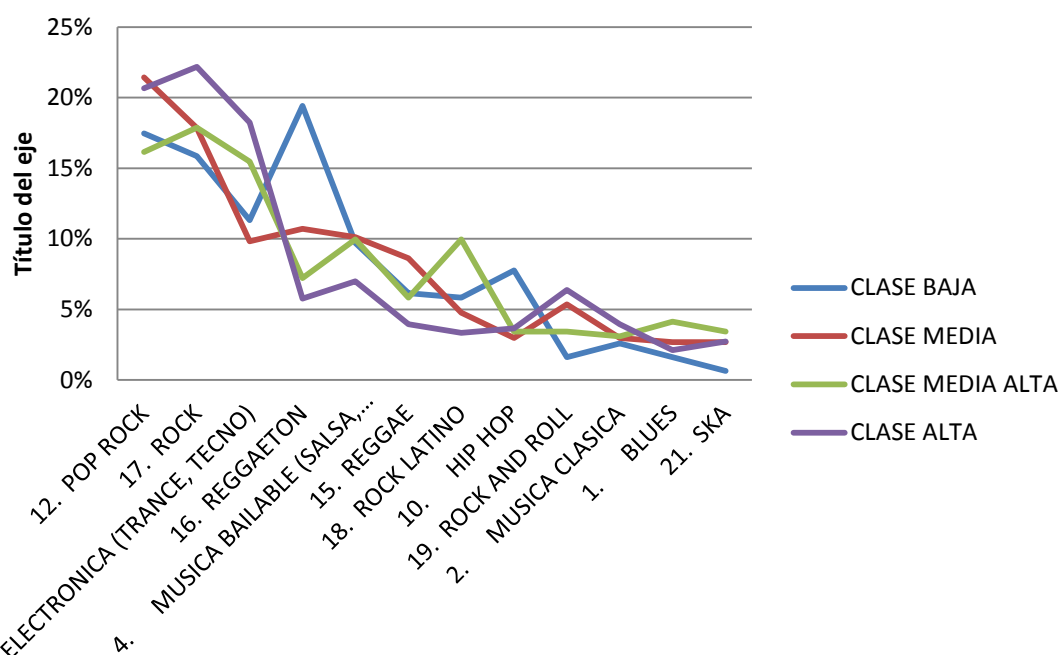
De la lista adjunta. ¿cuál es tu banda favorita?



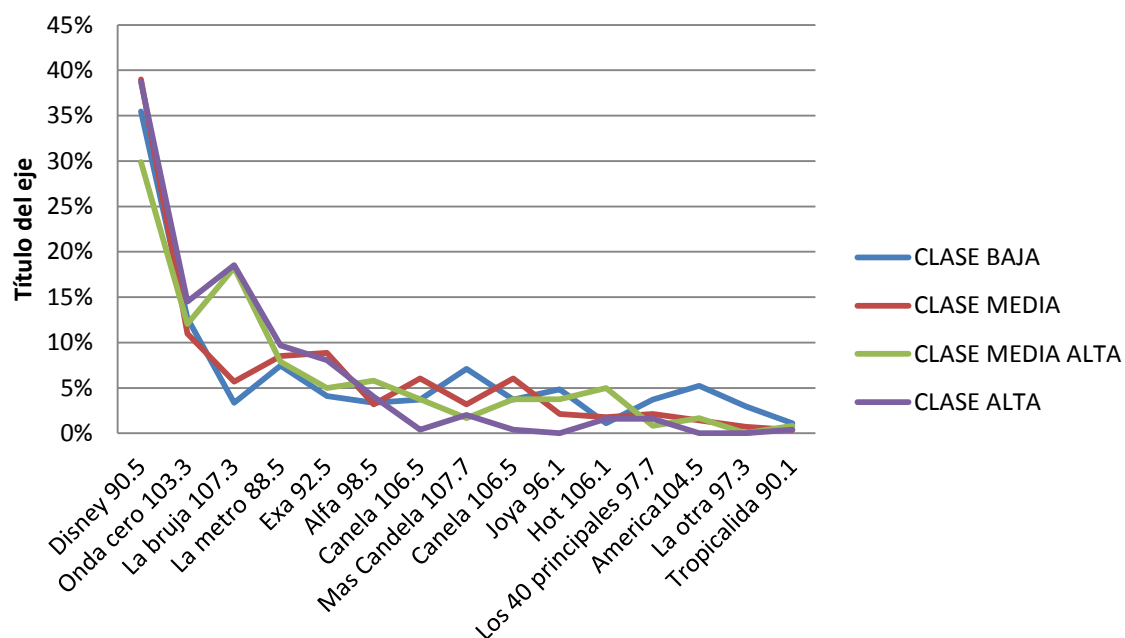
Menciona tu género musical favorito

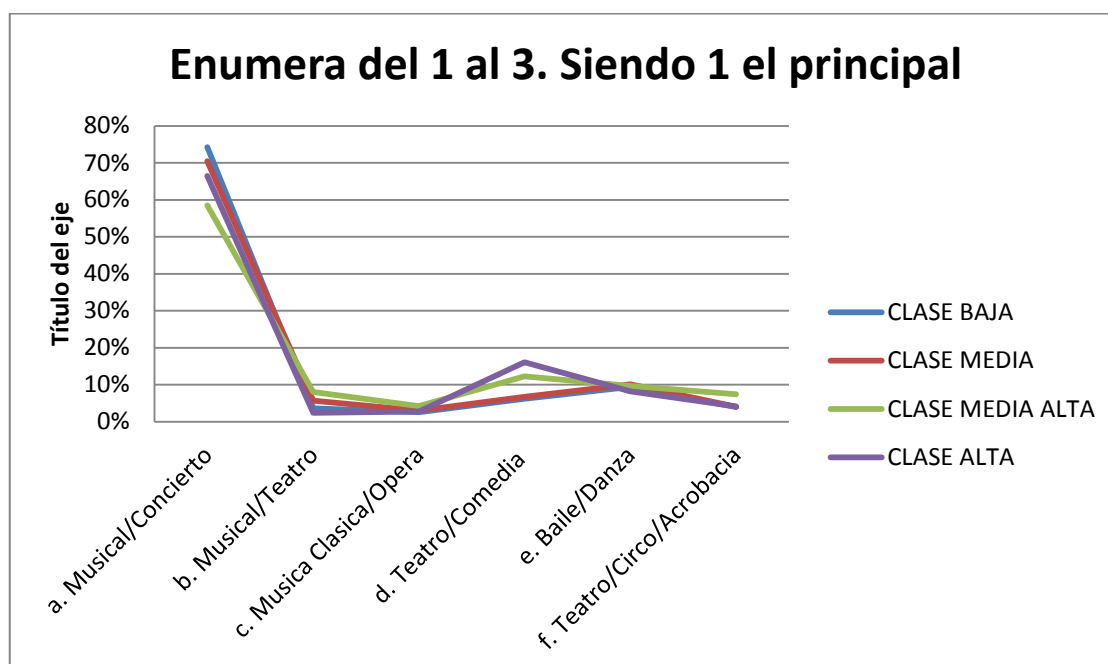
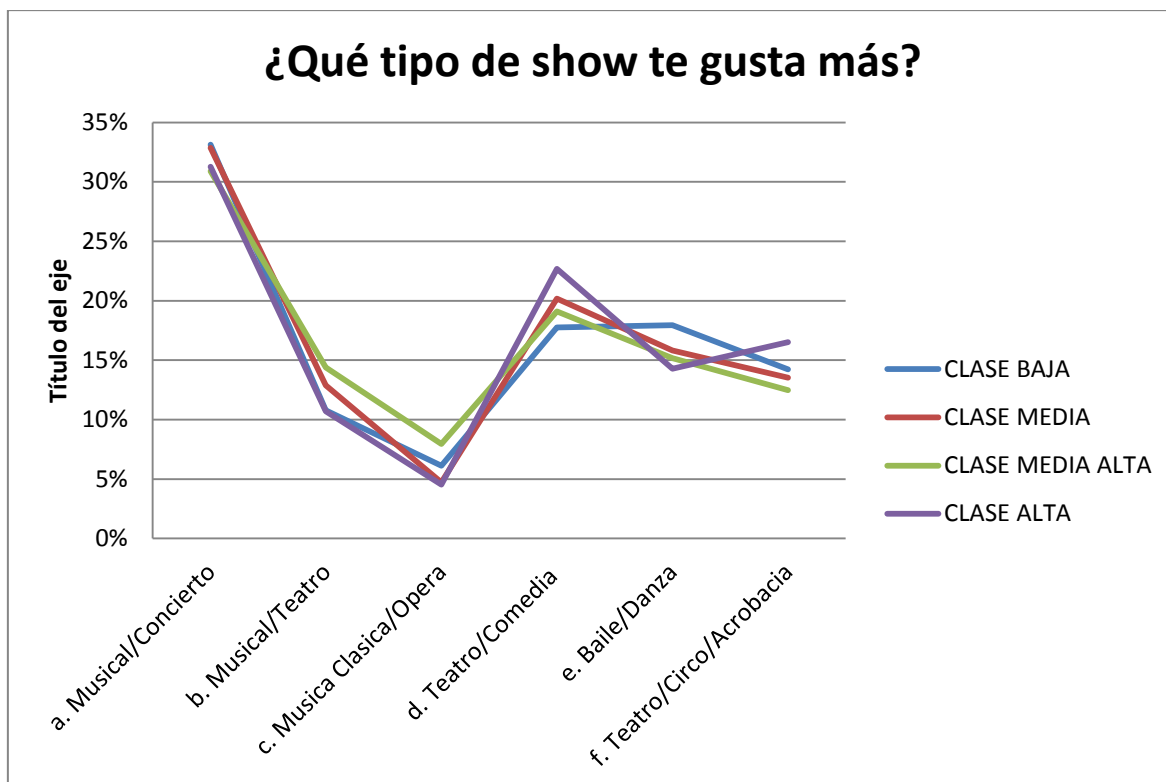


De la lista adjunta. ¿cuál es tu género musical favorito?

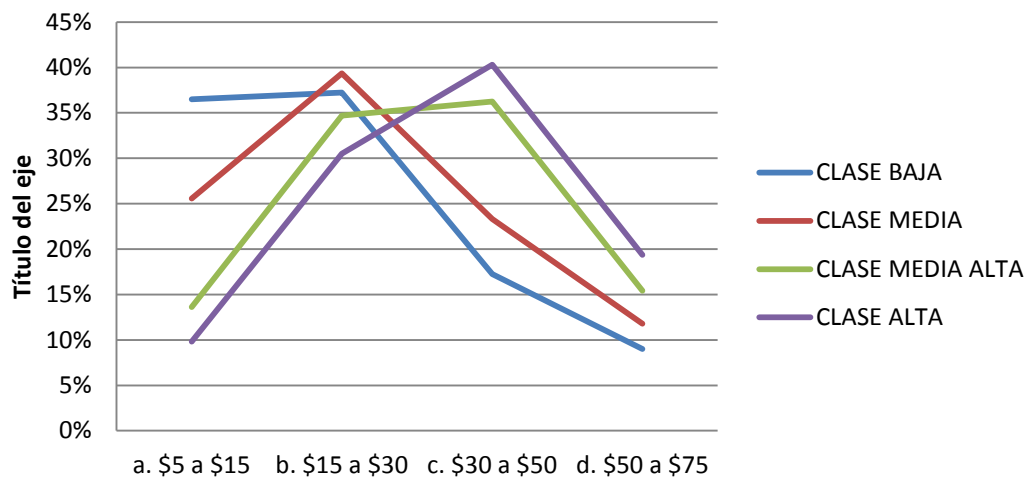


Menciona la radio principal

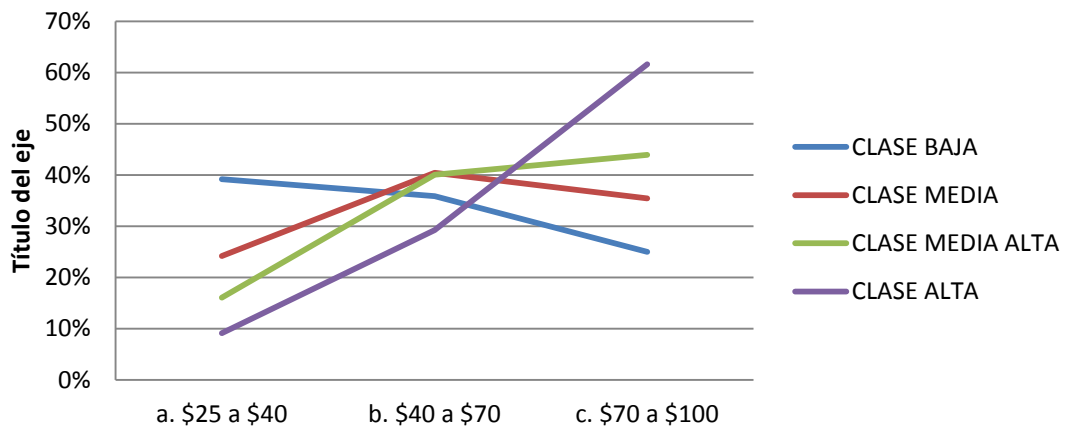




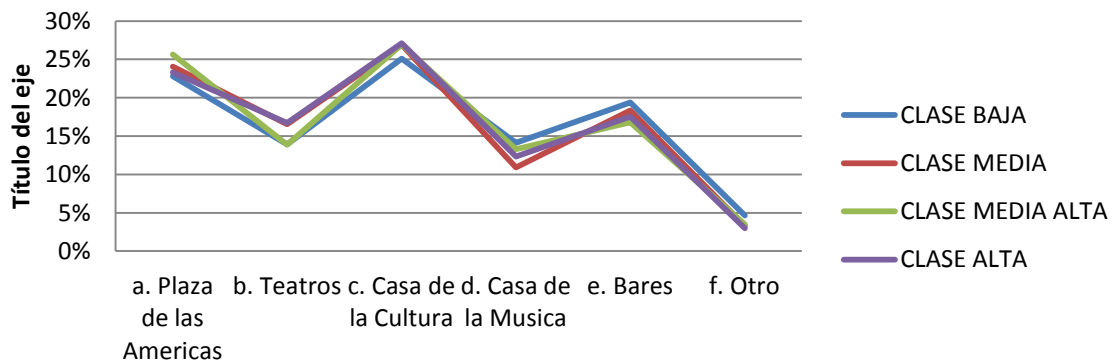
¿Cuánto gastas en promedio en algún show?



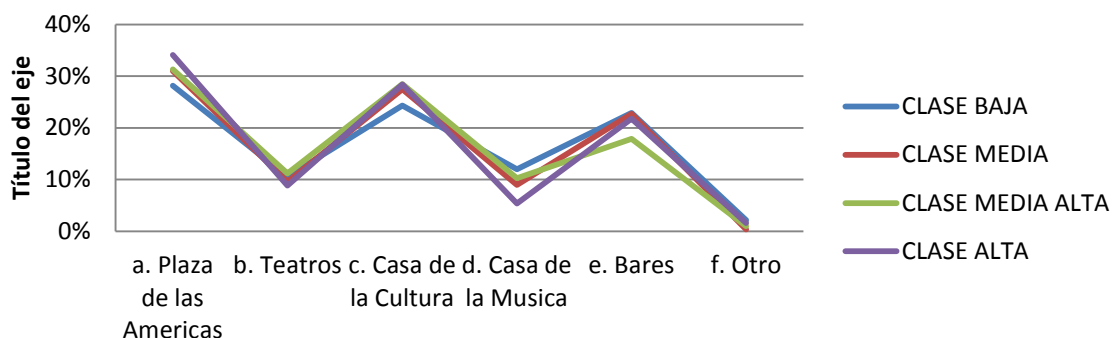
Si en verdad te gusta algún show. ¿Cuánto es lo máximo que pagas?



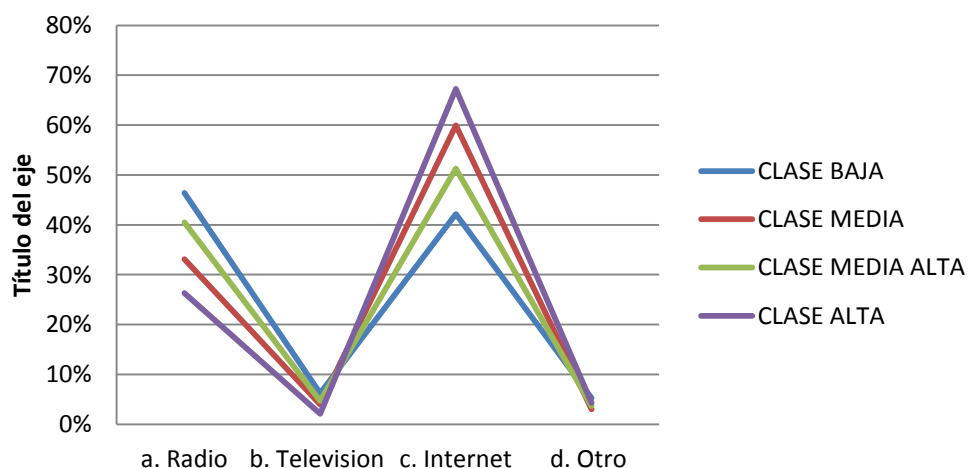
¿Qué lugares frecuentas para algún show?



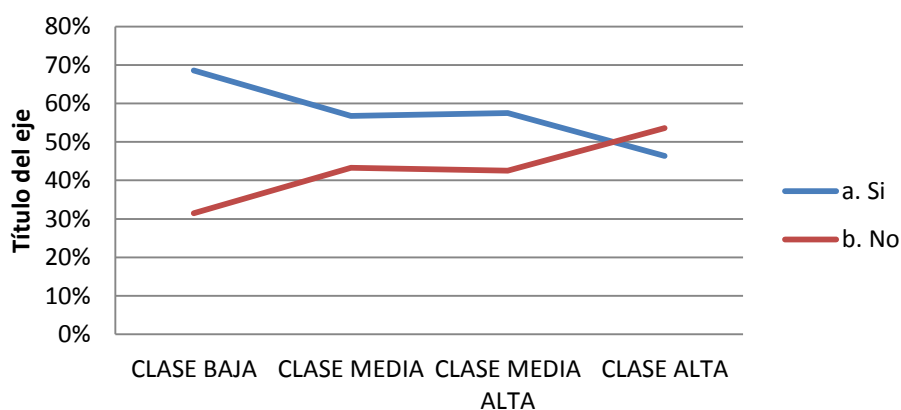
Enuméralos del 1 al 3. Siendo 1 el principal



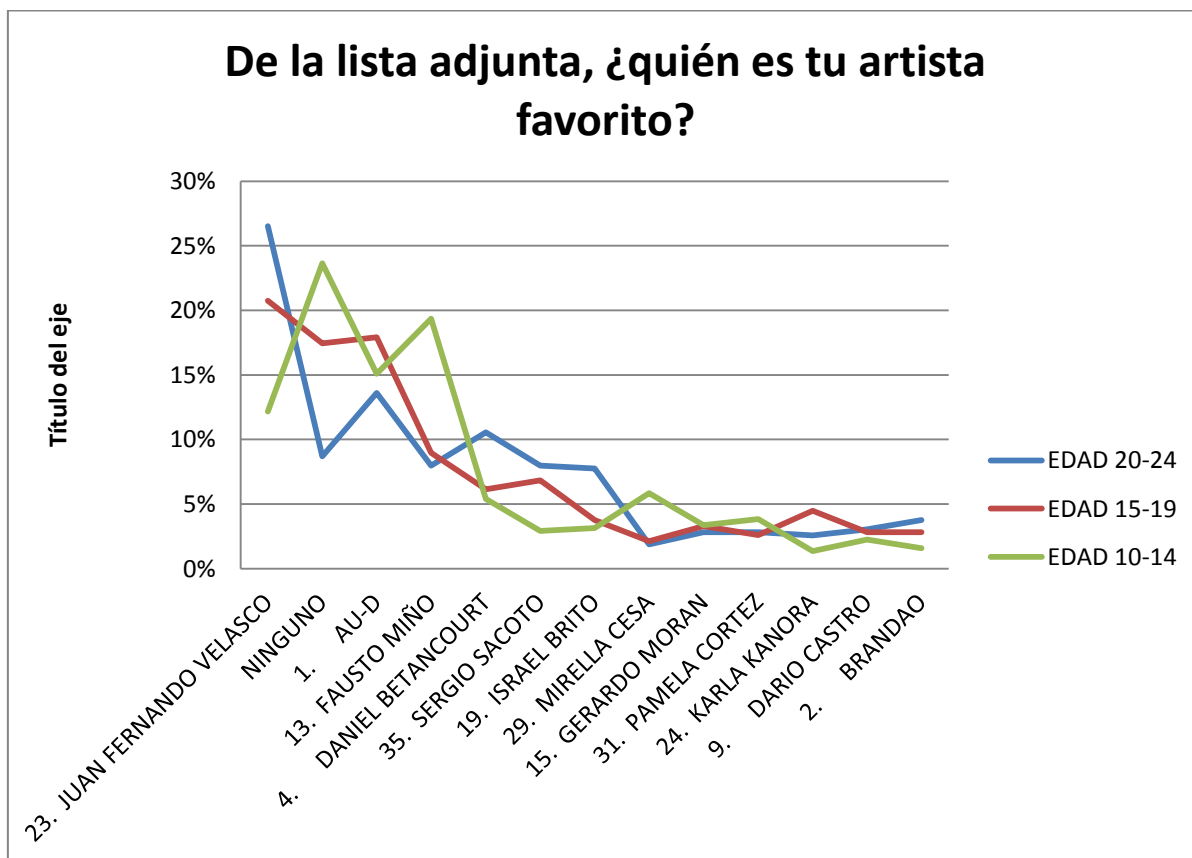
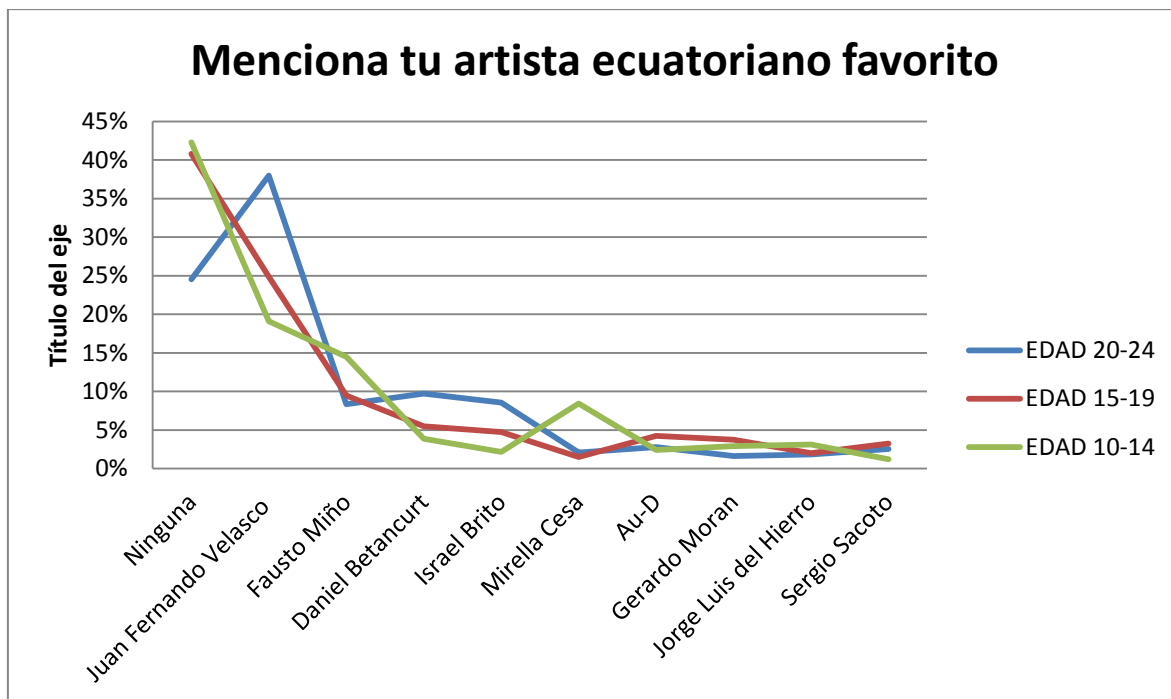
¿Por cuáles medios escuchas música?



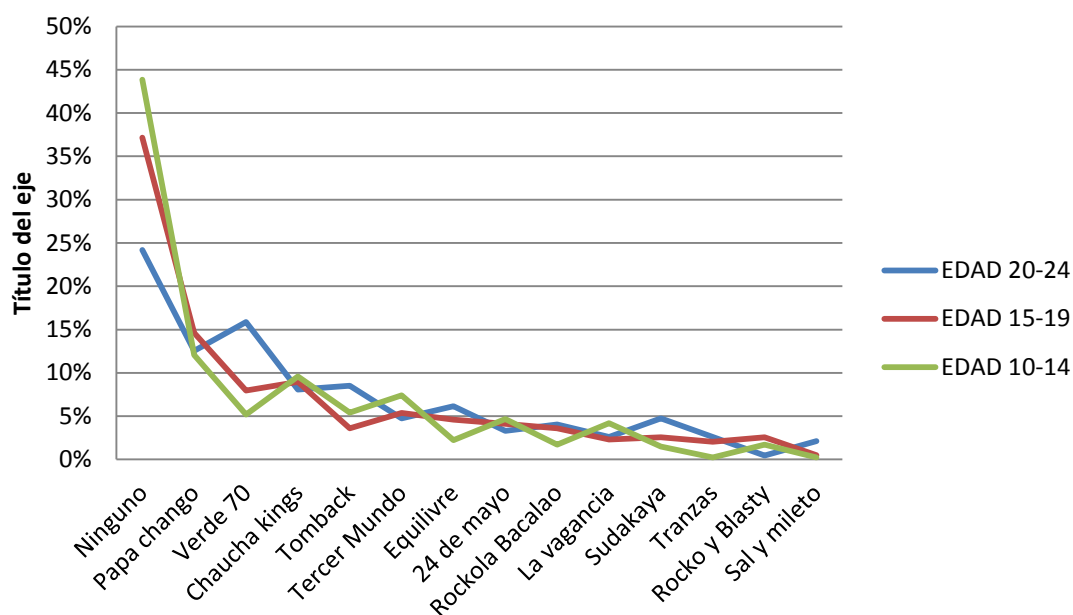
¿Te gusta la música que se produce actualmente en el país?



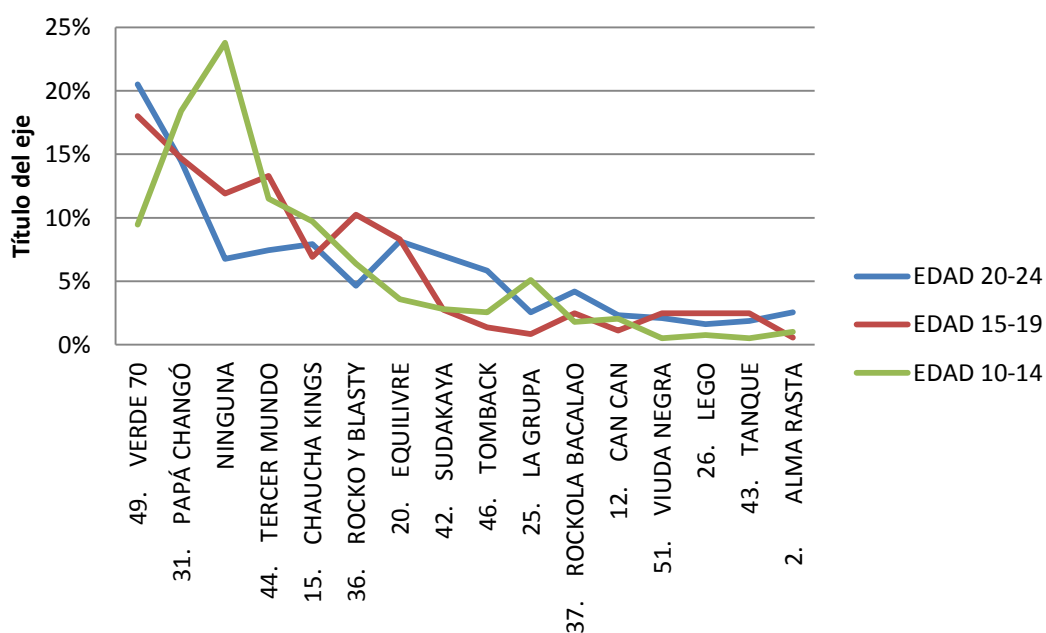
GRÁFICOS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS OBTENIDOS SEGÚN LAS EDADES



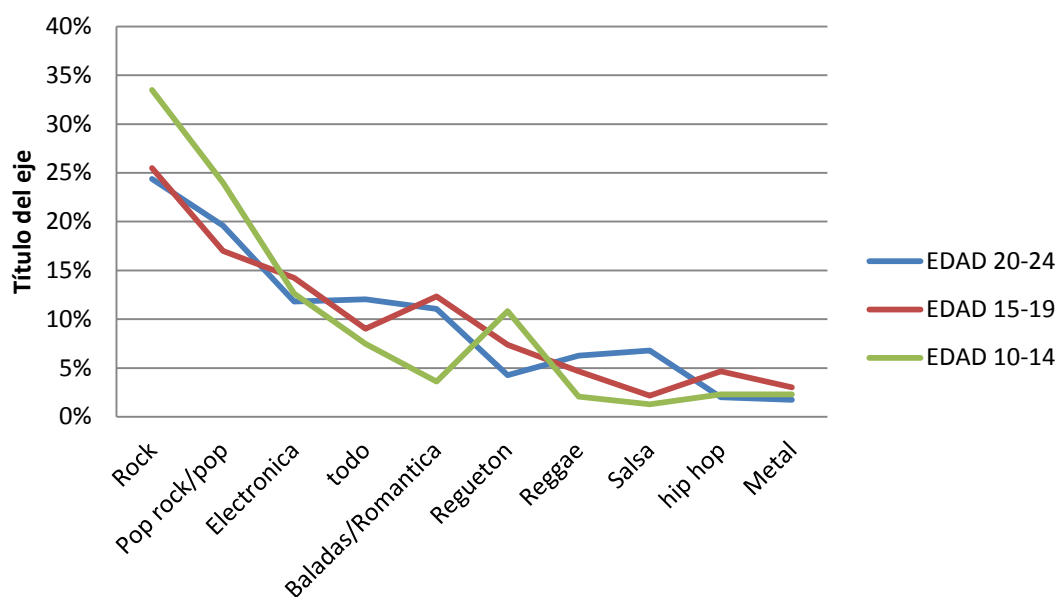
Menciona tu banda ecuatoriana favorita



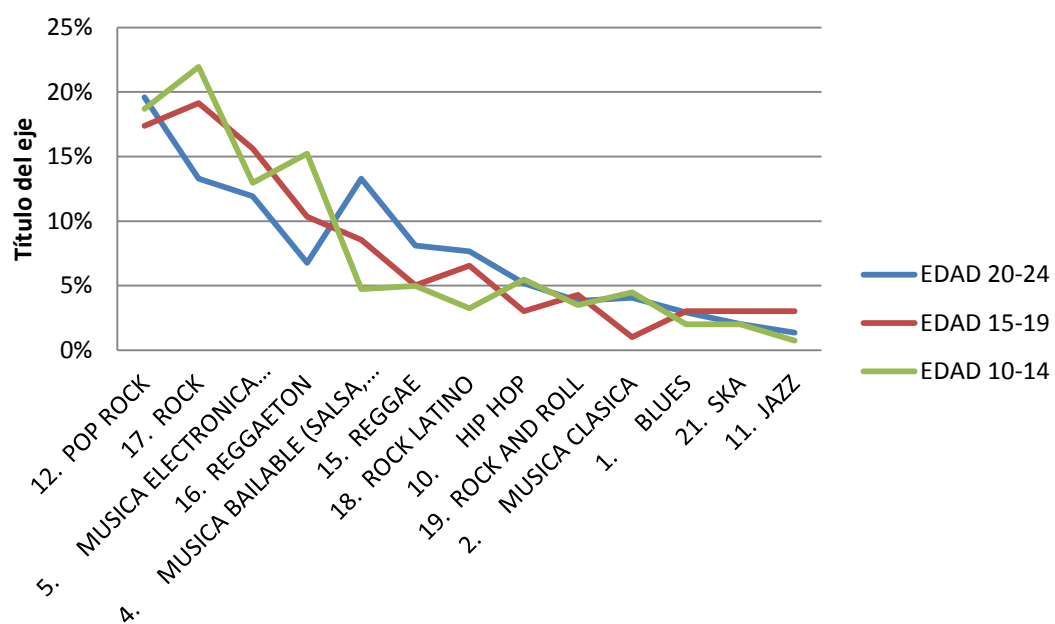
De la lista adjunta, ¿cuál es tu banda favorita?



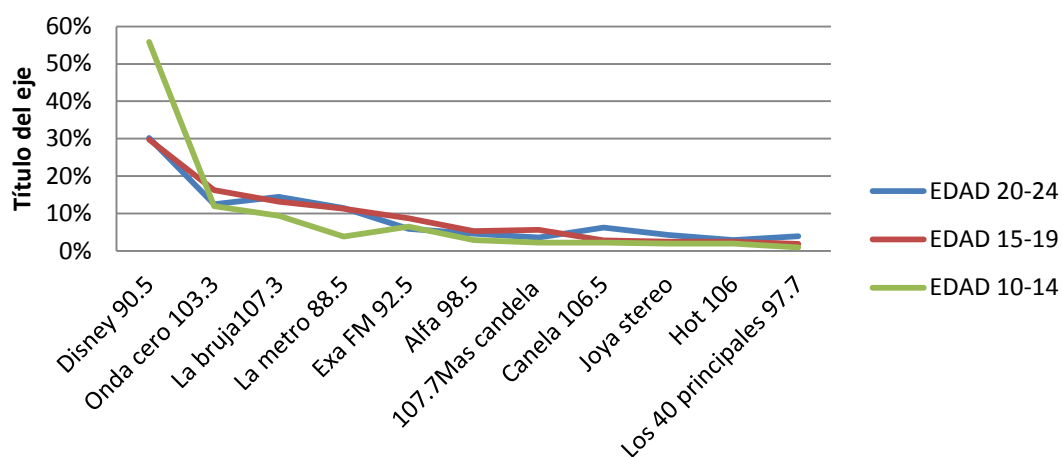
Menciona tu género musical favorito



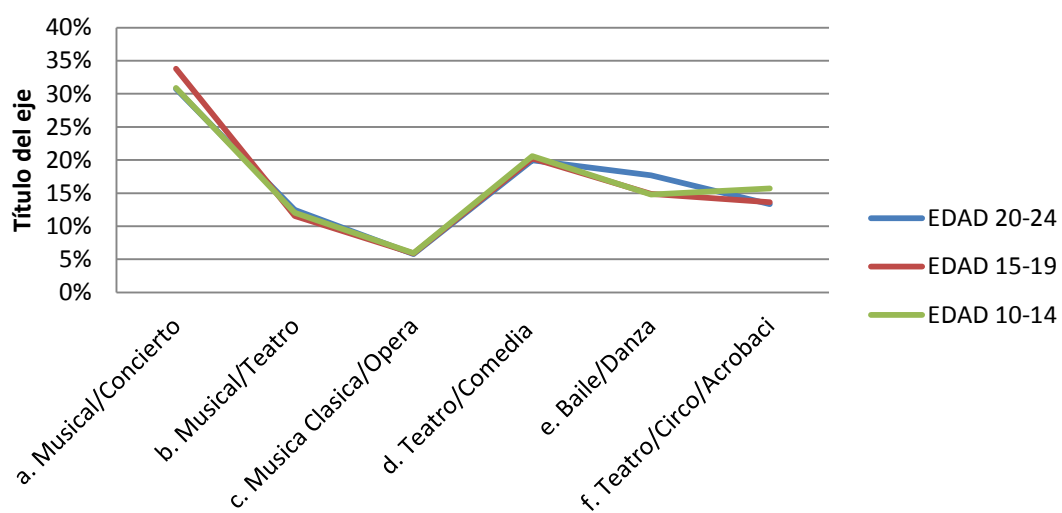
De la lista adjunta, ¿cuál es tu género musical favorito?



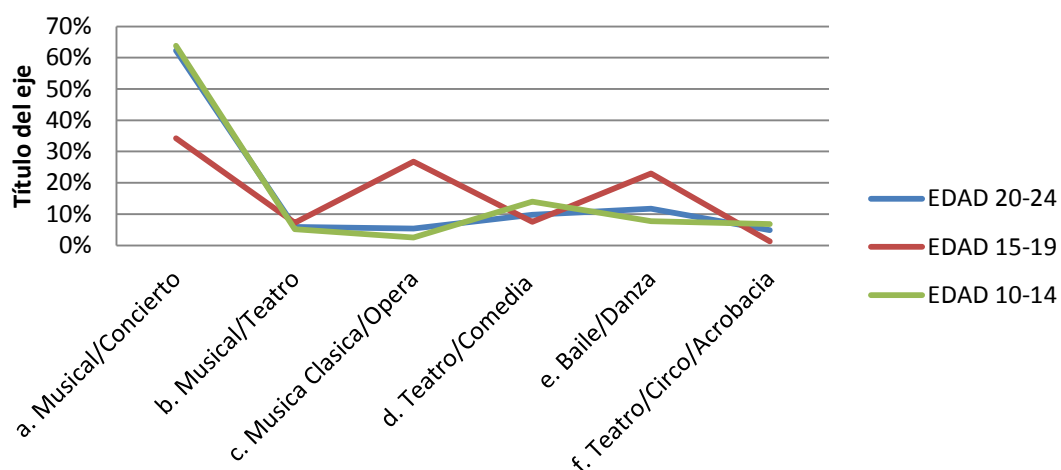
Menciona la radio principal



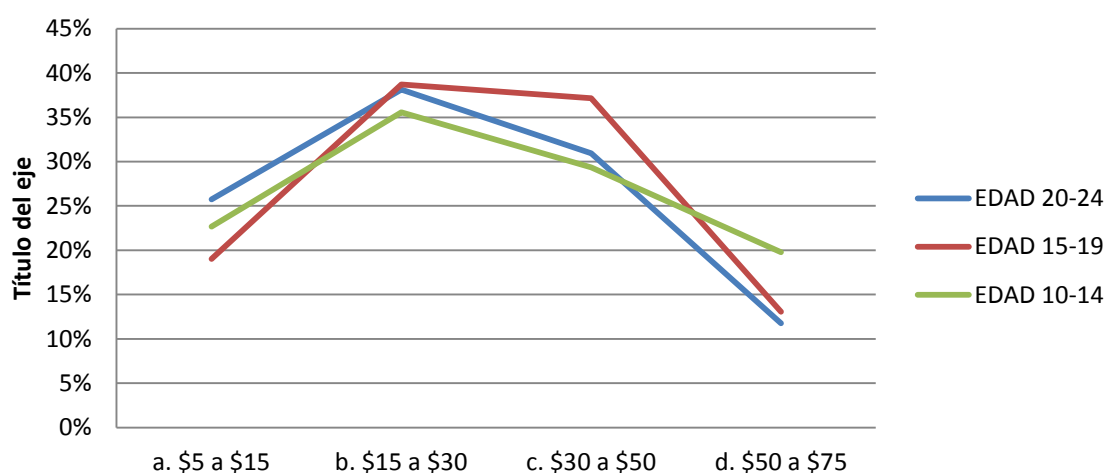
¿Qué tipo de show te gusta?



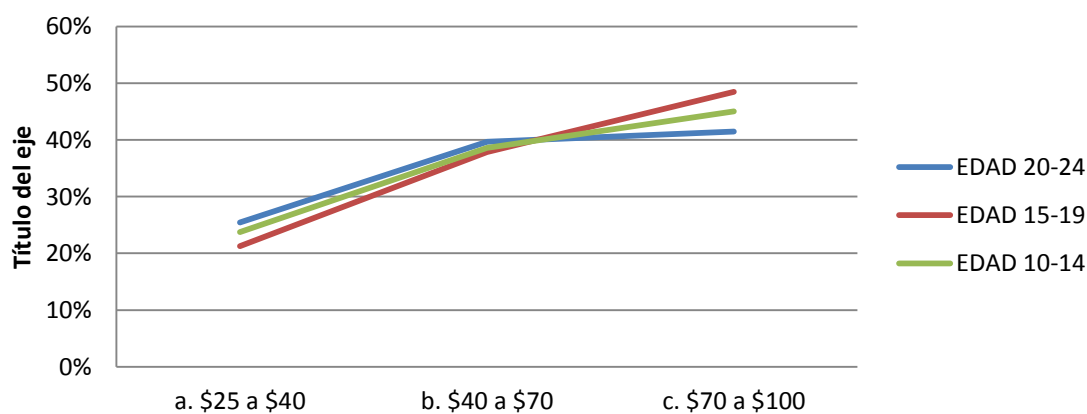
Enumera de 1 al 3, siendo 1 el principal



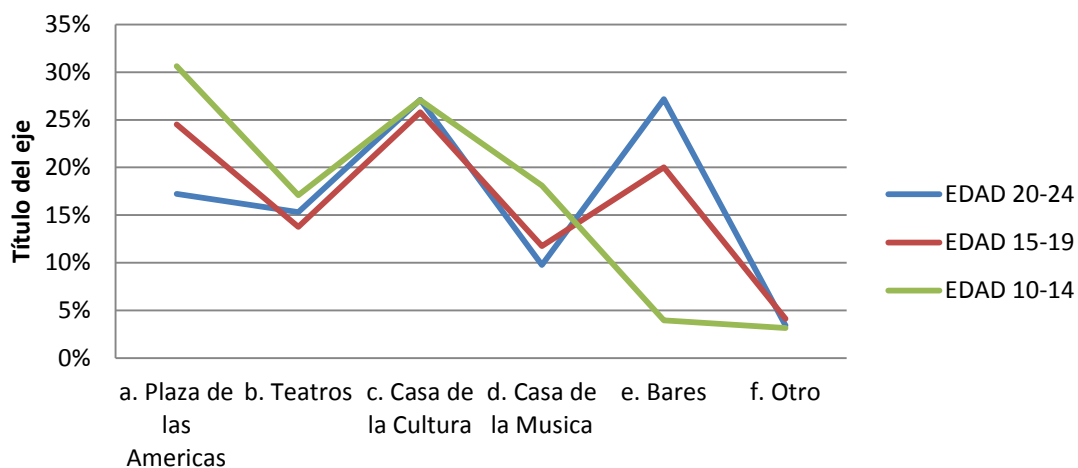
¿Cuánto gastas en promedio en un show?



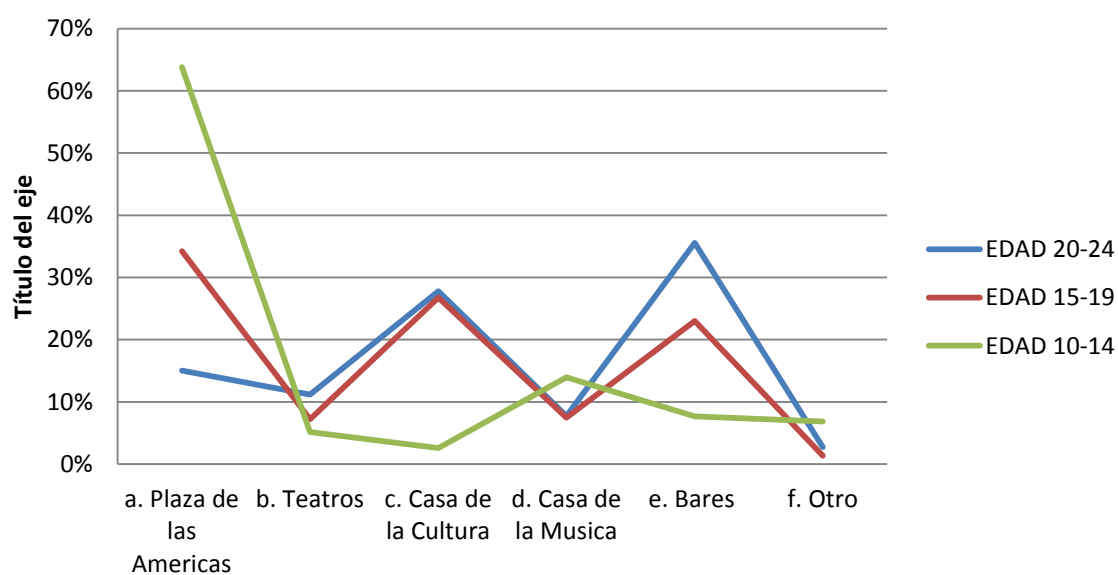
Si en verdad te gusta algún show. ¿Cuánto es lo máximo que pagas?



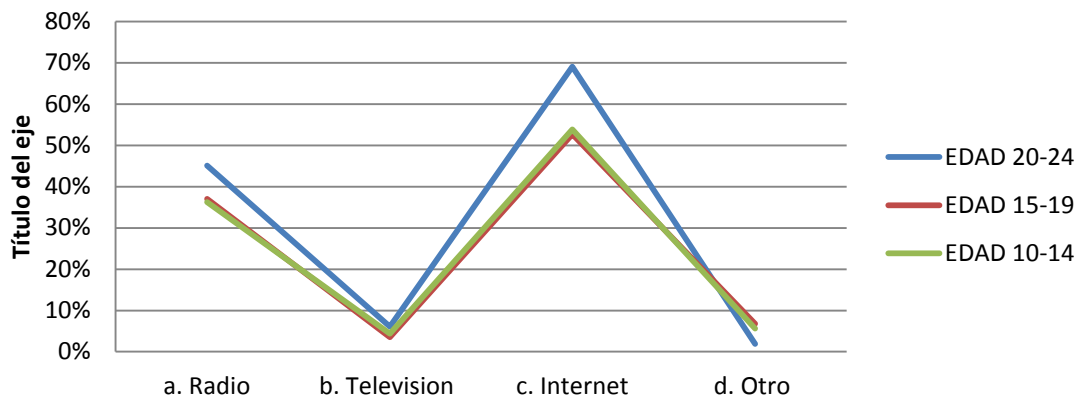
¿Qué lugares frecuentas para un show?



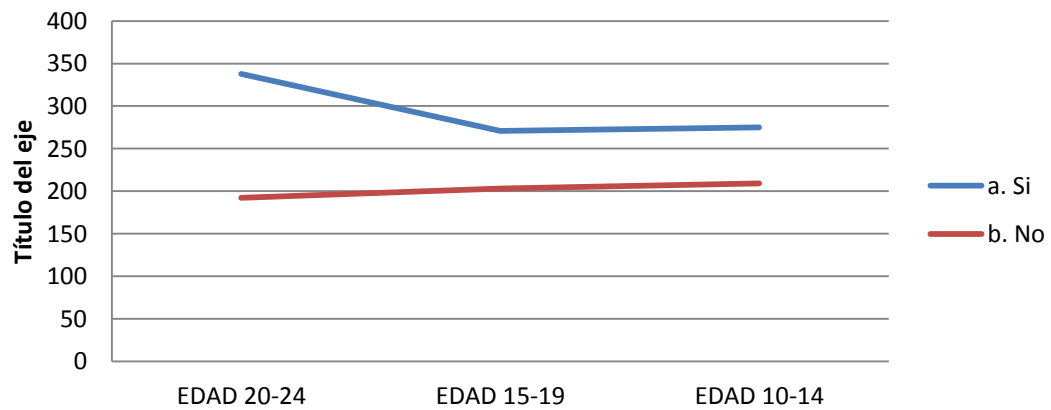
Enumera del 1 al 3, siendo el principal



¿Por cuáles medios escuchas música?



¿Te gusta la música que se produce actualmente en el país?



Anexo 2.

ENTREVISTA A “JUAN FERNANDO VELASCO” CON MARLON BECERRA (2012) CANTAUTOR ECUATORIANO MÁS IMPORTANTE DEL PAÍS.



Juan Fernando Velasco se ha convertido en el ícono más importante de la música ecuatoriana de los últimos tiempos con sus canciones dedicadas al amor obtuvo 4 discos de oro, 2 nominaciones a los premios *grammy* y fue invitado a viña del mar.

A demás de su talento como cantante y compositor se ha destacado como embajador de la paz.

Su carrera musical inicio con una banda de colegio llamada Tercer Mundo, 10 años después decidió convertirse solista y lanza su primer álbum titulado “Para que no me olvides”, con el cual logró un disco de oro en Ecuador y clasificó al Festival Viña del Mar.

Desde entonces ha lanzado 5 disco con temas exitosos tales como: “Dicen”, “Chao Lola”, “Déjame”, y “Hoy que no estás”.

Juan Fernando dirige junto a su esposa la fundación, ”Yo nací aquí” una organización pequeña que en alianza con Unicef y Dinero crea espacios de experimentación musical para el desarrollo de habilidades y destrezas en niños de la zona de Cayambe, dónde viajan una vez por semana para trabajar con profesores del lugar.

¿Qué cosas que traes desde niño nunca has dejado de hacer y siguen contigo?

“Soñar, desde niño siempre soñaba, imaginaba, era muy creativo, fantasioso. Tengo 40 años y sigo siendo muchísimas de las cosas que hacía de niño cuando tenía 7 años. Desde muy chiquito antes de dormir me imaginaba lo que quería, me imaginaba la situación y hoy a los 40 sigo haciendo lo mismo; sigo soñando, sigo imaginándome sigo fantaseando y esa creo que es mi esencia, soñar, soñar permanentemente, soñar en cosas grandes cosas importantes. Hay sueños que se van quedando ahí en el lugar de los sueños pendientes, hay otros que los descartas o mutan hacia otro lado, hay otros que uno los ve hacerse realidad y cuando se hacen realidad son idénticos a como uno los imaginó y es un momento extraordinario, es pensar que efectivamente uno puede atraer esas cosas que sueña”.

¿Te sientes más viejo o más joven que “Camila”?

“A veces me siento más viejo, porque pues soy su papá y ser como niño, pensar como niño y sentir como niño, no significa tirarse la vida de los demás con la excusa de que yo soy niño y no asumo responsabilidades, a veces tengo que asumir ese rol, pero también me dice mi hija a veces: “Papi, tú y tus amigos parecen adolescentes púberes”. A veces reflexiono y digo ¿Será bien ser así? pero yo me siento feliz y siento que mis amigos son felices, y bromeamos y nos queremos, nos divertimos, no tenemos poses, no necesitamos fingir ser adultos. Yo creo que la gente hay un momento en el cual los hombres y las mujeres necesitan empezar a fingir ser adultos, yo soy adulto, soy serio, soy exitoso, tengo mucho dinero, soy seguro y las mujeres también, ya soy adulta, ya no ando con niñerías ya crecí, si lo más lindo es ser niño ¿por qué buscan alejarse de eso? Yo creo que básicamente el fruto de mi felicidad, porque hago lo que me gusta, a mí eso del san viernes o las vacaciones, me da lo mismo, porque todos los días me levanto con la ilusión de mi trabajo, mi trabajo me da muchísima alegría entonces no espero a que llegue el viernes. El momento más bonito del día es cuando llego al estudio, y digo bueno hoy empieza un nuevo día lleno de oportunidades, que es lo que me va a salir, qué cosa nueva voy a componer y lo disfruto, lo disfruto a plenitud”.

¿Qué diferencia este álbum de los anteriores?

“Este nuevo álbum se diferencia de los anteriores por una cosa fundamental y es que siempre yo produje mis discos, este álbum lo produjo Andrés Castro, colombiano, más exitoso que nunca, más vigente que nunca y más querido que nunca. Él marca una

diferencia fundamental no solamente que tiene una sensibilidad artística extraordinaria sino que tiene una capacidad para plasmar esa manifestación artística en algo actual, algo que sea moderno. Yo creo que mis canciones la producción y la propuesta ha sido muy latinoamericano, eso me ha cerrado muchas puertas sobre todo con radios de formato muy juvenil, pese a que si tú ves en mis conciertos la franja más importante son jóvenes de entre 18 a 25 años, pero, como que las radios sienten que este no es el formato, creen que los jóvenes no tienen la capacidad de escuchar una canción que les diga alguna cosa distinta a la onda de fiesta; lo cual es una percepción erradísima, subestiman absolutamente a los jóvenes. Andrés con este álbum logré que mi sonido y mi música y mi mensaje, mis letras, se vuelvan más apetecibles por las radios. Esta es la propuesta de este álbum más moderna, más juvenil, siento yo, pero con el peso y el mismo contenido de mis canciones, mis letras y la manera que tengo de interpretarlas”.

¿Qué te asombra de ti mismo?

“Mi capacidad de trabajo y me asombro porque a mi costado empiezan a ir cayendo, como la propaganda de energizer, que están los juguetes y el conejito dándole y dándole y los juguetes empiezan a caerse, es igual, yo empiezo a ver como caen. Y me asombra la necesidad de control, me cuesta delegar, quiero estar encima de todo y eso también me ha llevado a donde estoy porque soy muy perfeccionista y muy controlador. Es agobiante tengo que dejar, delegar, creer, me cuesta creer, una vez que creo generalmente lo suelto, pero quiero estar encima de todo, por ejemplo, ¿qué paso con ese cable?, ¿cómo está la luz?, déjame ver esa imagen del video, salgo afuera oigo la consola, ¿cómo está sonando esto?, ¿cómo vamos a tocar aquí?, acuérdate de aquella cosa, ¿por dónde es que vamos a entrar?, ¿dónde está la van? ¿si está cómoda para los músicos? Y eso hace que mi cabeza este en ebullición, pero, bueno también hace que mi equipo de trabajo empiece a ser más exigente consigo mismo hasta que llega el momento en el que yo me relajo porque ya veo que las cosas funcionan, funcionan solas.”

Dicen: “El peor vacío el peor hueco que tenemos los cantantes es cuando nos bajamos del escenario”. ¿Sientes ese hueco cuando se acaba el contacto con el público y te bajas del escenario?

“Sí, porque primero hay una realidad química, que uno produce mucha adrenalina cuando estás en el escenario y te bajas, y quedas con esa adrenalina que empieza a desvanecerse y

eso produce ese hueco, esa depresión instantánea y eso es algo químico. Yo lo contrarresto con mis amigos, con mi banda, mi banda son mis amigos, no es un grupo de músicos que viajan quién sabe por dónde y que tienen un director, y que yo me subo, y yo soy la estrella, y ellos están en lo oscuro ahí por atrás, ¡no!, ellos son mis amigos, son fundamentales en el escenario, con ellos salimos, los invito a la casa, jugamos fútbol, hacemos parrilladas y nos queremos, entonces cuando me bajo del escenario me bajo con mis amigos y siempre los amigos sobre todo cuando hay huecos, ayudan a llenarlos y a sostenerlos, pero sí se da sin duda, si yo me bajara de un escenario como a veces y me llevan directo al hotel siento que las paredes se me vienen encima”.

¿Cuándo te sientes solo?

“Cuando estoy viajando, llego a la habitación después de ver a 50 mil personas durante todo el día, ahí me siento solo, lo que es distinto a sentirse no acompañado; porque cuando estoy en mi casa, en mi estudio que estoy tranquilo trabajando, no me siento solo, estoy bien, estoy no acompañado porque no quiero estar acompañado con nadie, porque estoy metido en mi trabajo, es importante esos espacios en los cuales uno no tienen que lidiar con nadie sino que simplemente está concentrado en uno mismo y esos momentos son necesarios y útiles para mí en la vida”.

¿Cuál ha sido un momento histórico que pusiste todo tu corazón en una sola canción?

“Tengo que decir en mi defensa que en general trato de poner mi corazón en todo, y eso es una característica que tengo. Cualquier cosa que hago siento que la tengo que hacer al máximo, así sea mi disco, o una contribución a un amigo, u otra cosa pequeña sin importancia, necesito darlo siempre todo y dejar lo mejor de mí en cada cosa que haga; porque sino para mí la vida no tiene sentido, esta es una sola vida, yo creo que hay que hacerlo siempre de corazón y al máximo sino es una falta de respeto con uno mismo. Si hay en los momentos en los cuales uno dice aquí si tengo que poner toda la carne en el asador como dicen los argentinos y entregarlo todo porque es un momento fundamental, tiene que ver con los shows sin duda alguna. Si tengo que escoger un momento, tal vez tendría que pedirte que me dejes dos momentos, uno es cuando llenamos por primera vez el Coliseo General Rumiñahui en Quito - Ecuador, había 18 mil personas, era la primera vez que un ecuatoriano llenaba su propio coliseo, el lugar de eventos más importante del país. Yo salí a cantar y el corazón me ocupaba tanto espacio que no podía respirar, estaba

tan henchido que no había espacio para los pulmones y ahí cante con el corazón; todavía se me hace un nudo en la garganta cuando recuerdo eso. Y otro momento muy importante fue paz sin fronteras cuando fuimos parte de esa extraordinaria manifestación de amor y de paz en la cual los protagonistas fueron 250 mil personas entre ecuatorianos, colombianos y venezolanos, que estuvieron ahí todos vestidos de blanco con banderitas tricolores que no se diferenciaban cuáles eran de Ecuador, de Colombia y de Venezuela, y canté, la verdad es que ahí también fue un momento en el cual el corazón guiaba mis movimientos lo que sentía fue pura conexión con el corazón.

Si se repitiera paz sin fronteras, ¿Con cuál de los personajes que estuvieron contigo en el concierto te quedarías?

“Me encantaría volver a juntarme en un escenario con Miguel Bosé, porque es un tipo renacentista. Él no es músico, es artista integral y eso es una cosa extraordinaria, es enriquecedor, es aprendizaje, pero también es inspirador”.

¿De qué te sientes orgulloso?

“Me siento orgulloso de haber acercado el pasillo (que es el ritmo tradicional ecuatoriano más representativo) a los jóvenes. Hice un álbum que se llama “Con toda el alma”, que lo sacamos hace 3 o 4 años, que buscaba acercar nuestra música a los jóvenes. Los jóvenes ya no oyen música tradicional ecuatoriana, porque están en un formato que es el acetato, que muchos de ellos no conocen ni han visto un toca discos en su vida y porque el estilo de producción les suena viejo, les suena una cosa de hace 40 años, ellos oyen lo que está en el ipod. Me tracé el objetivo de recuperar para ellos esta música poniendo al servicio de este proyecto todo lo que sé de producción, mi imagen, mi trayectoria, cantando las canciones, armando el equipo de trabajo, trayendo un extraordinario ingeniero de sonido, invitando a grandes músicos ecuatorianos que se han dedicado toda su vida a esta música, pero también artistas pop de Ecuador y fuera de Ecuador para que los jóvenes escuchen voces reconocidas como: Franco de Vita y Fonseca. Pese a que muy pocos creían, fue un éxito abrumador, que no solamente se mide en la cantidad de discos que vendió, vendió 10 discos de platino, e hicimos giras multitudinarias, sino porque finalmente yo camino por la calle me encuentro algún joven y me dice Juan Fernando gracias a ti escucho pasillos, gracias a ti conocí mi música y esa es la mayor recompensa”.

¿Te sientes feliz de haberle hecho aportes a tu país?

“Absolutamente, yo nací ahí, tú puedes haber nacido en un país con mar o con montañas, o con mujeres lindas, o con mujeres no tan lindas, o con comida extraordinaria, pero finalmente tú naciste ahí. Más allá de todas las bellezas que tiene mi país, como Galápagos, el oriente, la costa, la sierra, la diversidad, la multiculturalidad y lo que somos, yo nací ahí; como digo en mi canción ahí aprendí a caminar, ahí recibí lo primero de mis padres, aprendí a ubicarme en mi ciudad en las faldas del pichincha, a saber que el Cotopaxi está hacia el sur, a saber que a las 5 y 50 de tarde empieza un espectáculo con los atardeceres, a saber que si viajo 3 horas me encuentro con el mar y pese a que son de mí mismo país, hablan absolutamente a mí y piensan de manera distinta. Uno tiene que fortalecerse de lo que es, uno tiene que asumir lo que es y fortalecerse, uno tiene que sentirse orgulloso de donde viene, no ese orgullo ficticio y forzado, sino ese orgullo real, porque si uno no se quiere, si uno no se conoce, si uno no entiende de donde viene va a ser muy difícil que pueda construir a donde va y eso me lo dio mi país.

¿Cuál ha sido una escena fuerte en tu vida?

“Cuando acababa de irme a vivir a Miami, estaba con todas las ilusiones, estábamos creciendo, estábamos a punto de firmar con una disquera muy importante yo estaba componiendo para el nuevo disco, y volví a Ecuador por un show y me diagnosticaron cáncer en la tiroides. Para mí no fue tan fuerte, no lo viví como una tragedia, no se me vino el mundo abajo”.

¿Cómo puede uno componer un día “Chao Lola” y hoy en día decir es mi centro?

“Mira, yo compuse “Chao Lola” en un momento en el cual Lola y yo no separamos y ese fue uno de esos golpes que a uno le ayudan a entender las cosas importantes de la vida. Yo venía creciendo en mi carrera y de repente las responsabilidades, el trabajo, los viajes, y pensé que eso era lo importante, y me equivoqué, por suerte me di cuenta. Me costó mucho tiempo convencerla, bueno no tanto tiempo, pero para mí fue un infierno de tres meses, convencer a Lola de que había entendido cuáles eran las cosas importantes. Hubo un momento en el cual pensé que no iba a recuperar a Lola, y de que ya había pasado demasiado dolor por mi cuerpo a partir de esa separación y dije bueno he hecho todo lo posible pero voy a tener que pasar la página y le dije chao, que te vaya bien, no doy más, no puedo más en esta búsqueda de recuperarte. Así que voy a detener esta carrera absurda,

compuse la canción y listo ahí quedó, empecé a hacer eso y al poco ratito ella retomó el contacto, empezó a volver a hablar conmigo y al principio con desconfianza fuimos construyendo lo que tenemos hoy, después le compuse “Nunca”, que le digo “Nunca dejaré de amarte” y aquí estamos 14 años después”.

Anexo 3.

ENTREVISTA A “DARÍO CASTRO” CON DIANA CAROLINA MOGOLLÓN. (2012) CANTAUTOR ECUATORIANO LÍDER DE LA BANDA “VERDE 70”



¿Por qué crees que pudiste surgir en el ámbito musical?

“Creo que hay algunos factores importantes de un artista que sale a la luz, muchos artistas fuera y dentro del país han pasado por situaciones similares. La primera creo que fue armar la banda y tener un compromiso de la banda real un compromiso al 100 %. Lo primero que hicimos con el baterista y el bajista luego de haber pasado como 5 años tocando con bandas particulares e independientes de los 15 hasta los 20 años y pasar por todo el periodo de la kermés, del bautizo, del matrimonio, decidimos dedicarnos en serio. Esto significaba que teníamos que dejar cualquier actividad que estemos haciendo para dedicarnos el 100 % a esto. Yo estaba estudiando música en la católica y unos de los profesores nos dijo algo

clave y ahí lo tomamos en cuenta, es que “Si tú no tomas en serio a la música, la música no te toma en serio a ti”, esto creo que se puede aplicar a todo a cualquier área laboral, entonces nos dedicamos al 100 %. De tal manera que de lunes a viernes teníamos jornadas de 9 del a mañana a 6 de la tarde ensayábamos dejábamos un *break* para almorzar y luego seguíamos ensayando. Esto era importante ya que los tres que estábamos en el proyecto teníamos puesta la camiseta de “Verde 70” y todos empujamos hacia un mismo horizonte”.

“Después, grabar los temas que teníamos, grabar un disco y conseguir una disquera. Este proceso nos tomó más o menos 3 años, grabamos nuestros demos con nuestro propio financiamiento. Ahora viene otro punto clave: después de los toques amateurs, empezamos con los toques semi-profesionales, esto implicaba, tocar en una discoteca o festival y dejábamos un demo con nuestras canciones. En nuestros conciertos tuvimos la suerte ya de encontrar a gente que se interesaba por nosotros, no hablo del público sino de los managers, es otra parte importantísima. Yo creo que es un 50% es la contraparte de lo que tiene que tener un artista. En vez de buscar un *manager*, el *manager* llegaba y nos buscaba, aparecía alguien que se interesaba en nuestra música y quería manejarnos. De pronto, ganamos un concurso para abrir una banda internacional y encontramos dos *managers* más que querían trabajar con nosotros. Esto dio paso a otra cosa, porque estos *managers* nos consiguieron un contrato importante en una discoteca”.

¿Tenían varios managers?

“No, me refiero a que, tuvimos 6 meses un *manager*, luego no funcionaba y chao. Porque nosotros queríamos resultados y cuando no habían resultados, no podíamos seguir trabajando de amigos, sino decirle muchas gracias por tu esfuerzo, pero se necesita no sólo esfuerzo, corazón y cariño sino se necesita visión, cabeza y como nosotros estábamos ocupados de la música, necesitábamos a la persona que se encargue de los negocios prácticamente. Hasta que luego de pasar por algunos *managers*, encontramos a los que fueron los verdaderos *managers* de Verde 70, en un contrato que tuvimos en una discoteca, el dueño se acercó y nos dijo, a ustedes ¿qué les hace falta? ¿qué es lo que quieren?. Yo veo que tienen público, ya teníamos público que nos seguía con todos nuestros temas inéditos. Nos dijo: veo que tienen público, veo que tienen sus canciones, (aprovechábamos los espacios para tocar, tocábamos un 30% o 40% de *covers* y lo demás era nuestro, entonces siempre tratábamos de meterle a la gente nuestras canciones y por ahí si se aburrían o algo tocábamos un hit, un clásico de rock latino o rock en inglés, pero

importantísimo era que defendimos siempre en mayor cantidad lo que hacíamos nosotros, bueno al principio después ya fue totalmente nuestro). Ya cuando conseguimos a estas personas que eran dos hermanos, Alex y Roberto Betancourt, cuando nos preguntaron ¿qué les hace falta? Lo que dijimos fue, no nos hace falta solamente grabar el disco, porque si tenemos el disco donde lo vamos a vender, como lo vamos a vender, nos hace falta: grabar el disco y tener un esquema de una especie de disquera que nos apoye en la promoción, en la difusión y la venta de shows, ahora le llaman a la venta de shows: *booking* y al manejo: *management*, entonces eso fue lo que hizo SPONSOR GROUP. Durante los 5 primeros años del 2000 al 2005, ellos montaron un esquema de disquera donde teníamos a 5 personas promedio trabajando. El área de promoción, logística, en general, se manejaba la promoción, el *management*, no tanto la imagen, la imagen nos dejaban ser nosotros, porque estaba implícito, éramos auténticos, en ese sentido cada uno podía vestirse como quería, pintarse el pelo como quería, decir en las entrevistas lo que quería y eso era parte de. Ellos entendieron muy bien eso, nos dejaron ser nosotros, eso creo que fue muy importante para la banda porque creamos un vínculo bien sincero con la gente y también sincero con nuestra disquera. Nosotros teníamos dentro del área una competencia o más bien las otras bandas que eran *underground*, muchos pensaban que nos manejaban y nos decían ustedes tienen que vestirse así o pintarse el cabello y decir en las radios esto, eso no era verdad, era súper auténtico. Entonces dentro de esos 5 años la empresa invirtió en la grabación del primer y segundo disco, invirtió en el tema de *merchandasing* mandamos hacer camisetas, *stickers*, más discos no solo para vender, sino también para regalar en las radios, entonces básicamente lo promocionamos de esa manera. La payola como tal existe en los mercados internacionales y hoy por hoy en el país es como que está implícita pero no de una manera directa, es decir, a las radios no vas y pagas sino que lo que haces de cierta manera es negociar el espacio y como hicimos nosotros, promocionábamos el *single* y dejamos 10 discos o una cantidad de discos para que regalen a los *fans* de la radio. Entonces teníamos espacios, se negociaba también de esta manera; la radio quería un acústico, o quería una entrevista, una guitarreada en la radio, entonces te dejamos el tema, róvalo. Entonces es una especie de sociedad. Eso es lo que hicimos prácticamente con esta disquera, ya después se fue formando la estructura, poco a poco fue creciendo y formando bases sólidas”.

“Al principio con Sponsor Group, es el nombre de la disquera que le dimos, pasamos cerca de 8 *managers*, de los cuales 2 funcionaron muy bien, los que más se quedaron. En el tiempo estos managers pasaban 3 meses y nos dábamos cuenta que no funcionaba y

cambiábamos rápidamente. En realidad la disquera funciona del 2000 al 2006, en esas bases se fundamentaron toda la parte técnica, quienes van a estar en la parte técnica, los músicos, ingenieros de sonidos, ingeniero de luces, *staff*, jefe de piso *road managers*, y la parte de ventas que se encargaba nuestro *manager*, es decir, él iba a las radios con nosotros, luego de que nosotros hacíamos la entrevista, él se quedaba con la gente de la radio, con el dueño, con el director de producción, conversaban y buscaban los espacios. Luego también a él le llamaban los promotores, o los dueños de las discotecas, de eventos que querían contrataciones nuestras. En una disquera supuestamente debería haber una persona para cada frente pero como es una industria que está en crecimiento o en pañales y en esa época todavía más aún, él era una especie de “todólogo”, lo que hoy por hoy todavía nos toca hacer. Se debe distribuir ciertas funciones a cierta gente, pero el *manager* sigue siendo la figura que debe estar pendiente de promocionar la música y al mismo tiempo encargado de los conciertos”.

Ahora con tu carrera como solista ¿crees que estás sacrificando algunas cosas?

“No, se sacrifican cosas, pero es diferente una carrera de solista y de banda tienen sus pros y sus contras nada más, no son comparables. Me doy cuenta que son distintas, ahora con el pasar el tiempo desde el 2006 en realidad seis años más ya tenemos este espacio, que es esta disquera, lo hemos denominado “Sello independiente” que está mutando vamos a cambiarle de nombre, pero bueno, la cosa es que en ese camino si se ha podido aprender, tener un bagaje una huella un *know how*, de lo que se ha hecho del trabajo, tanto logístico, como técnico, de mercadeo, de ventas. Yo me dedico a toda la parte musical y mi hermano se dedica a toda la producción ejecutiva, es todo lo que está de tras de la producción de un disco, mientras no sea artístico y musical. Él se encarga de hacer las contrataciones con los músicos, de contratar el estudio de grabación, de pagar al ingeniero de mezcla, de *mastering*, todas esas cosas las hace mi hermano prácticamente, con alguna gente que siempre ha estado a cargo del sello apoyándonos; desde diseñadores gráficos, fotógrafos. Hoy por hoy ya nos hemos actualizado y ya vamos 1 año con *community manager*, hemos tenido a dos personas que han estado ahí al frente y nos han enseñado el camino de cómo nos vamos a desenvolver en las redes sociales, está dando bastantes resultados. De hecho yo creo que la difusión musical artística, desde que existe el internet y las redes sociales ha mutado, estamos en una escena mundial donde la difusión de los espacios musicales es otra definitivamente, no hemos descuidado los medios masivos como la radio, la televisión y

prensa, pero nos hemos enfocado más en los medios alternativos, en el *facebook*, *twitter* y *youtube*. Nos estamos enfocando bastante captando la atención del público ya directamente porque es un vínculo más fuerte. Antes yo tenía que esperar a ir a una radio, para que nos llamen por teléfono a la radio, que la persona que quiera comunicarse con nosotros tenga la suerte de que le entre la llamada, sino no te comunicas, no hay vínculo, nosotros de lado y lado tenemos la suerte porque es un *feed back* constante de saber que está pasando, qué es lo que quiere el público, qué es lo que quiere, qué es lo que espera, por ejemplo: voy a hacer un concierto en Guayaquil, qué repertorio quiere, qué canciones quieren que toque, eso no se podía hacer antes eso es importantísimo. Eso lo vuelve interactivo y más actual, más rápido, más fluido, que canciones quieren que toque, cómo quieren que sea el concierto, conversaciones. He visto ahora, en mi página, les pongo el cifrado de una canción, en el foro te das cuenta que hay guitarristas, hay músicos, hay gente que aprecia la letra otra que aprecia la música, etc. Entonces aparte de las redes sociales es importante, ahora que tú me preguntas la diferencia entre banda y solista, que me preguntas, más yo veo la diferencia en la escena musical, prácticamente ahora es el internet y las redes sociales. Son una gran diferencia en el tiempo. Ahora la diferencia entre una banda y un solista sus pros en las bandas las responsabilidades se distribuyen, se comparten, tienes menos pesos encima, como solista las responsabilidades caen directamente sobre ti, tú tienes que hacerte cargo de los arreglos de la música, de llamar a todos los músicos para el ensayo, de que estén ahí, de dar un seguimiento constante solo. En una banda depende el número de integrantes que tengas se distribuyen las responsabilidades artísticas, uno se encarga de la producción, el otro de los arreglos, el otro de las letras, etc. Acá no, un solista, básicamente lo que he tenido es un brazo derecho un productor que yo contraté, para este disco con él pude compartir todo lo que son arreglos, mezcla, masterización, criterios, criterios de mezcla, de concepto también de ver hacia dónde vamos”.

“Mi música no me gusta más madura, sino distinta. Porque yo de hecho ahorita estoy componiendo y he vuelto a las bases, entonces puede significar que vuelvo a involucionar, pero no creo, es que la música está llena de momentos, entonces no quiero llamarlo más maduro sino distinto para mí. El camino de solista, fue un camino más de introspección, de decir, bueno “Ya no voy a hacer la música con un bajo una batería una guitarra, entonces ¿qué hago?” el abanico de posibilidades es infinito, tienes una cantidad enorme de instrumentos que puedes usar. Entonces la canción que haces puede irse al bolero, o al punk, o a la cumbia, o al pop, entonces para donde la vas a llevar y ese es el reto. Eso fue

lo que hicimos en este disco, tratar de buscar, sonoridades distintas, instrumentaciones distintas, instrumentos distintos de lo que yo estaba acostumbrado a usar”.

¿Tú tomabas todas las decisiones?

“Eran decisiones compartidas con el productor, pero la última palabra la tenía yo, porque era un productor técnico más que artístico, hay diferentes tipos de productores, productor técnico, productor artístico y productor musical, de los que yo sé, debe haber más ahora, pero lo que hice con Renato Zamora mi productor técnico. Me dio una mano en la parte técnica, ¿qué quiere decir? Como vamos a grabar esta batería, como vamos a grabar esta percusión, como vamos a usar el micrófono que parches vamos a usar, pero no en la parte de los arreglos, en los arreglos le metí mucha cabeza”.

¿Qué crees que sea lo más difícil para los nuevos artistas?

“Verás, yo creo que la escena ha cambiado y es como que está regresando a los años 40 o 50, en donde para promocionar la música de un artista lo que hacía primero era probar a ver cómo le iba y lo probaba con estos discos de acetato donde en un lado tenías un sencillo ya al otro lado el otro sencillo, entonces tenías dos sencillos, y si te iba bien sacabas otro *EP* y si te iba bien sacabas un *long play*. Luego con el *cassette* lado a y lado b que ya tiene un tiempo de 60 minutos, y eso también ayuda ¿no? Ayuda a que ya no pongas solo dos canciones sino puedes poner once, quince, dependiendo del tiempo que duren tus temas, tienes la suerte la oportunidad en los 90’ hasta el año 2000 de mostrar tu música completa. Ahora nuevamente desaparece el *CD*, porque estamos en vías de extinción del *CD* y lo que llega a las radios o vas a hacer, es con un *flash memory* o un mp3 dejas un tema, entonces la promoción volvió, es cíclica, volvió como los años 40 o 50. Los artistas ya no están sacando discos, sino están sacando temas o sencillos, que es un paso que yo no lo di, por una cuestión romántica de vieja escuela, crecí con las bandas que me encantan, siempre hicieron discos y el disco tenía un concepto y cada canción era como el eslabón de algo, ¿me entiendes? Entonces es por eso que lo hice de esta manera, creo que es válido cualquier camino. De hecho muchos artistas están haciendo el camino de los sencillos, vuelvo y lo repito, ya la gente no está comprando un disco y no descarga un disco, descarga canciones, creo que también es prudente, es un camino prudente porque de esa manera estás viendo si te está yendo bien o mal. Lo que es un poco complicado de ese asunto, porque es un arma de doble filo, si hago un sencillo, lo más probable, es que ese

single determine el siguiente sencillo, es decir, tú tienes una canción rockera, o una canción suave, o una canción que la gente espera algo de esa canción y si te va bien vas a repetir la fórmula de esa canción, entonces ese single va a determinar el estilo de la música.

Anexo 4.

ENTREVISTA “FAUSTO MIÑO CON ROSALÍA” 2012



¿Cómo ha sido este año, desde tu punto personal pero también englobando lo que pasa con los artistas, con la música en el Ecuador?

“Bueno, la música en Ecuador quizá está dividida en dos industrias diferentes, la industria informal y la industrial formal. La nuestra que es la industria formal, sí vive sus desventajas pero esas desventajas nos fortalece como seres humanos primeramente”.

“Yo pertencí a la disquera más grande del mundo que es “Universal Music” y sentí que era mejor hasta por negocio y sentí que era mejor para mi salud mental y artística ser un artista independiente. Así que formamos una disquera en Ecuador que se llama “Sendero” y claro a la hora de la hora te das cuenta que los artistas ecuatorianos que podemos seguir tocando y haciendo nuestros *shows*, que llenamos nuestros propios coliseos, somos artistas que nos hemos puestos empresa y que finalmente nosotros mismo llevamos el escenario, el mismo que tenemos en Quito lo llevamos a cualquier punto del país. Este año hemos

recorrido y hemos estado en 26 coliseos, es la primera vez que fuimos a Galápagos, pero es cuando tienes la posibilidad”.

Rosalía: Bueno, esto es más bien la excepción el caso de Juan Fernando Velasco y el tuyo, pero ¿Qué pasa en general con la industria disquera? ¿Qué pasa con los cantantes ecuatorianos? ¿Qué dificultades están enfrentando?

“Bueno la primera dificultad es que no existe un fondo de inversión en música, que si hay en cine por ejemplo, hace 8 años cuando se aprobó la ley de cine yo justo participe en la película “Que tan lejos” que es cuencana, pero esa película yo me acuerdo clarito que tuvieron que vender un terreno para poder terminar de hacerla. De ahí se aprobó la ley de cine, y estuve en el festival “La Orquídea” y veo que hay 15 producciones nuevas, eso no pasa con la música. La música no tiene un fondo, entonces cada artista tiene que salir a tocar y te digo sinceramente, la principal fuente de trabajo de nosotros los artistas son los reinados, las fiestas cantonales, las fiestas parroquiales, esa es la masa de shows, entonces toca esperar. Y es súper penoso porque no se puede llevar sus pantallas, sus luces, sus músicos, ya están montados y son súper chiquitos, todo es técnicamente limitado. Entonces es un problema, porque los derechos de autor no son recaudaciones que permiten a los autores de vivir de los derechos de autor en Ecuador. Y por último el gran problema que ese yo creo que es muy serio, es la difusión. Los estudios de SAYCE que es la sociedad de autores, demuestran y son monitoreados estadísticos, que sólo el 5% de la música que suena es ecuatoriana, nueva. Entonces en ese 5% estamos apretados 20 o 30 artistas que producimos en Estados Unidos, que producimos en Colombia, que trabajamos con producciones ambiciosas, de alta calidad, que queremos pelearnos con Fonseca, con Juanes, con Shakira, pero seguimos acá”.

De otro punto de vista, por supuesto que hay que fomentar el arte, dar oportunidades, pero alguna gente dice: Bueno también se tiene que abrir camino. ¿Cómo abrirse camino en este mundo competitivo que es el de la música?

“Justo de eso estaba hablando con un amigo productor, creo que sinceramente los artistas jóvenes tienen que volverse empresarios, no queda otra. O sino buscarse un buen manager, que hay poquitos acá. A la final, el que tiene una buena música y es capaz de generarle negocios a las empresas privadas, ese es el que sobrevive. No esperar a ser contratado por el estado que ese si es el que sostiene buena parte de la economía. Y toma en cuenta una

cosa, el SRI cuando uno hace un concierto, se lleva el 35% de la taquilla de inicio. ¿Te imaginas la bronca que es? Tú haces una taquilla y el 65% se te va en: impuestos o sea, SRI, bomberos, cruz roja, seguridad, porque tú mismo tienes que poner la seguridad, necesitas 700 policías por *show*. Es realmente un desafío poder vivir de nuestra música, pero nos encanta, todos los que nos metimos a ser artistas no fue para hacernos millonarios, o tal vez algunos ingenuamente creíamos eso, pero no es así. Lo que sí es cierto es que esto nos hace felices. Entonces sí creo que el Ecuador está en un proceso de cambio, que este cambio puede favorecernos, ha habido varias reuniones en Carondelet, donde está la ministra de cultura, donde están los empresarios de shows, donde esta Alexis Mera viendo que leyes podrían beneficiar”.

¿Qué pasa con la promoción internacional de los artistas ecuatorianos? ¿Es muy pequeña? Siguen viviendo ustedes solamente de las invitaciones de los ecuatorianos residentes que hacen su fiesta, que además ahora están en crisis, por el tema económico. ¿Eso les ha afectado?

“Para mí nunca ha sido un gran volumen de *shows*, para muchos sí, Jaime Enrique Aymara, la música más popular si ha sufrido ese golpe.

Yo diría que la internacionalización de la música ecuatoriana hoy en día es nula. A menos que pasen milagritos en redes sociales. Yo gane la semana pasada un premio en Argentina, que jamás espere, fue la segunda canción más votada en una radio Argentina, una canción que se llama “Mi Mujer” que salió en Ecuador hace 6 meses. Hace un año nos ganamos un premio en Perú, pero son producto de las redes sociales.

Rosalía: Bueno y ellas están jugando un rol que antes no existía y hay que contar con ellas. Porque verdaderamente el que está en redes sociales está!

Fausto: “Sí, pero necesitaríamos sinceramente para estar en otros países, necesitamos inversiones. Es muy difícil que una canción, a menos que sea demasiado loca como el chinito que ahora está ¿has visto? (Refiriéndose a PSY con Gandman Style) puede llegar a ser un impacto. Pero, todavía la radio y la televisión en Latinoamérica, son la base de la promoción, entonces este año que viene nosotros nos vamos a Perú y a Panamá porque es una inversión que se puede hacer, pero no se puede hacer una inversión en Colombia, por ejemplo: Para sonar en Colombia necesitas US\$ 200.000 dólares, para una canción, y te

vas y te pegas con una industria gigantesca, donde esos US\$ 200.000 tiene Fonseca y montón de buenos artistas”.

Rosalía: Ahora, ¿Qué pasa por el lado contrario? Viendo el otro lado del espejo. El Ecuador sigue siendo una meca para la presentación de muchos artistas, prácticamente vienen la gira de artistas y creo que se llevan unos buenos recursos, de aquí del Ecuador.

“Sí, porque la industria está enfocada en lo que ellos llaman “la tendencia”. Cuando tú hablas con un amigo de radio, yo me llevo bien con casi todos los amigos de radio, y me dicen es que es la tendencia Fausto, ¡no podemos imponerle a la gente canciones! Yo le digo: ¿Qué tendencia loco?”

Rosalía: Si no la pones ahí, la gente tampoco la conoce pues, ¿no? Se marca la tendencia porque se la conoce también.

“Claro, y la tendencia es una decisión finalmente americana, mexicana, o colombiana. Pero no puedes decir que el público está pidiendo eso, lo que veo es que está conociendo, es lo único que conoce. Pero, no conocemos los mismos ecuatorianos el nuevo material de Israel Brito que es maravilloso, el de Carla Kanora, bueno el de Juan Fernando se conoce y pienso que el mío se conoce. “Solitario Corazón” que vendió 52.500 copias, y ganó 17 discos de oro. (Gracias a la gente que compró un disco original)”.

Rosalía: que ese es otro tema, la piratería, a ti ¿Te están pirateando?

“A mí no me piratearon porque me porté sapo. Bueno, verás lo que paso. Dios nos bendijo y antes de sacar mi disco, el ministerio de cultura nos llamó a una reunión y nos dijo: Nos interesa que un disco original sea vendido por el canal pirata. Hay un sector de la piratería que se está legalizando que se llaman: ASECOPAC, ASADIP, algunas asociaciones y también están los otros que son piratas, traficantes, ladrones, malas gentes. Entonces a la final, no pudimos hacer el negocio, pero nos respetaron, porque ellos querían que vendamos un volumen exagerado de discos, que eran imposibles de imprimir. Te tocaba invertir US\$ 200.000 dólares, y darles 200.000 copias aquellas mismas personas que durante los últimos 5 años se han llevado y te han pasado pirateando. Entonces no era muy inteligente la cosa. Pero, si llegamos a imprimir 50.000. Se hizo un acuerdo que nunca llegamos a firmar, fue verbal. Y dijeron: prueben nuestra honorabilidad, nosotros conocemos la red, y si es que alguien te está pirateando, nosotros te llamamos y tú en

persona te acercas al IEPI y el IEPI a la fiscalía. Y en realidad nunca necesitamos ir a denunciar”.

Rosalía: O sea que funcionó, es decir, hay mecanismos que pueden ser utilizados por artistas, comerciantes y empresarios, para que un disco, al menos los ecuatorianos no se piratee ¿no?

Fausto: “Exactamente, y la consciencia ciudadana en eso, si es fundamental. Que el ecuatoriano sepa que a su compatriota, al artista de su país tiene que comprarle un disco original”.

Rosalía: ¿A qué precio se está vendiendo el disco original de “Solitario Corazón”?

Fausto: “A US\$ 5 dólares”.

Rosalía: ¿Qué es un precio muy manejable? Lo que pasa es que había unas exageraciones de US\$ 30 dólares, US\$ 40 dólares, US\$ 45 dólares por un *CD* que era demasiado. Entonces yo creo que por eso surgió la piratería en buena parte también.

Fausto: “Bueno si, surgió por muchas razones, por la democratización de la música, o sea, es un fenómeno histórico”.

Rosalía: y la tecnología también

Fausto: “Sí, de todas maneras para uno, como compositor, sí es lindo llegar a una esquina del país chiquitita y que la gente se sepa las canciones. Y sabes que es gracias a la piratería. Entonces son un buen mecanismo de promoción y un mal mecanismo financiero. De todas maneras somos socios naturales, así como en las radios. La industria es chiquita aquí en Ecuador, porque somos socios, pero no somos socios comerciales con los distribuidores ni con los difusores, entonces lo ideal sería que la maquinaria funcione así, que las radios esté involucrada en conciertos”.

Rosalía ¿Qué saldo te deja este año?

“Lo más lindo de este año fue tener la disquera propia. Sentir que mi público está vivo, vigente, que es mi familia. Y creo que se dieron los primeros pasos para que la industria ecuatoriana se estructure. Se fundó la nueva SAYCE y eso es un paso importante, y el gobierno está recibiendo las propuestas de la SAYCE y de diferentes entidades artísticas, para poder hacer de esto una industria, porque si no sinceramente es muy posible que como

la globalización es tan grande, que podemos desaparecer los artistas del Ecuador y queden solamente los proyectos muy populares, la tecno cumbia. Pero también tenemos una música que podríamos exportar y no lo vamos a lograr hacer si no nos sostienen”.

Anexo 5.

ENTREVISTA A “FRANCISCO TERÁN” CON DIANA CAROLINA MOGOLLÓN (2012) CANTAUTOR ECUATORIANO



¿Qué recomendaciones puedes dar tú a los artistas que recién están empezando su carrera o se encuentran ahora estudiando música?

“Las experiencias volcadas de la música son sacadas a través de una canción, las mismas cosas que me han pasado en la vida, muchas tienen una historia, casi todas las canciones tienen una razón y un entendimiento. Cada canción ha sido un *soundtrack* de un momento de mi vida, básicamente. No puedo dejar eso, o sea no estaría en los escenarios, no estaría tocando la guitarra en mi casa, porque tengo cosas que decir constantemente, tengo que sacar esos demonios del cuerpo, porque es una necesidad.

Lo único que digo a la gente, es que sean honestos, las cosas tienen que hacer con total y absoluta honestidad, porque eso se transmite. Cuando tú cantas una canción, cuando escuchas en la radio una canción, sientes que hay algo que es de verdad, se están diciendo

cosas que son de verdad, son cosas que pertenecen a alguien, el pedazo de la vida de una persona, tú puedes sentir e identificarte con eso inmediatamente, o no. Cuando sientes que es un tema que es solo casi una fórmula comercial para pegar también sientes, también la puedes tomar porque te gusta el ritmo, te gusta la canción y la sigues cantando. Las canciones que me parece que trascienden, los artistas que trascienden, son los artistas que son honestos, que son ellos mismos expresándose a través de la música, no son una figura creada por el marketing necesariamente. Hay otros componentes de marketing que le hacen a un artista más completo, si es cierto pero estos componentes refuerzan a un ser de verdad, no un producto, sino una persona un artista que es de verdad, a él se lo refuerza con otras cosas para que sea más completo y pueda ser más efectivo comercialmente, pero nace de una verdad, de una realidad, de una necesidad de expresar y decir cosas.

Sean honestos, sientan, vivan, crean, no importa si están cantando en sus casas o en un escenario, canten con todo ese amor para que realmente se muestren”.

Francisco, ¿tienes alguna metodología para componer?

“Mi forma de componer, a veces amanezco con una melodía en la cabeza, a esa melodía la busco armónicamente donde se encuentra su tonalidad, la base armónica, aunque no soy guitarrista (soy más baterista), toco la guitarra con limitaciones, sobre eso trabajo en la forma completa, a veces comienzo por el coro, a veces cojo la guitarra y comienzo a tocar, a buscar figuras y voy encontrando cosas, cuando ya encuentro un esqueleto, a ese esqueleto le trato de encontrar una forma más coherente. Busco una parte A, una parte B, toda esta estructura de una canción, después hago la melodía completa en la cabeza, la melodía viene tarareada, cuando tarareas la melodía, ya tienes terminaciones, ya sabes en que vocal va a terminar, entonces comienzas a trabajar la letra en base a la melodía. Luego de que encuentras el acorde, la figura melódica, la terminación vocal, la fuerza de la vocal es importantísima. No tiene el mismo sentimiento o el mismo *feeling* si termina en O, o en A, ya sabes que tiene que terminar en esa vocal y no puede ser otra cosa y si haces otra cosa ya no suena como querías.

Después, comienzas a hacer la letra en función de eso, siempre la letra me cuesta muchísimo, porque no puedo componer diciendo ahora voy a hablar de cierto tema, (no soy Arjona, que dice ¿qué contradicción no he tocado?) encontrar el tema es difícil, yo me he pasado años en una canción, que todavía no le encuentro sentido a la vaina, hasta que

¡paf! le encontré el tema o la razón. Me pasó algo, me acordé de algo, vi algo que me gustó o no me gustó y eso entró en una canción, así es como salen las cosas, no salen antes o después, salen en el momento que tienen que salir; puede tomar una semana, puede tomar un mes, me ha tomado años. Una canción que se llama “sin pena ni gloria”, me tomó cinco años, la cogía y no podía terminarla, un día la agarré y fluyó en ese instante. Hay que dejar que las cosas pasen. Yo no le pongo prisa a las canciones porque las cosas salen mal, porque no salen de tu corazón, salen de la necesidad de tiempo, de pedido y eso es triste. Sí tuve una época de contra vía, me sentaba y comenzaba a ejercitar el músculo y salían cosas; contra vía era un tema más social, no era de amor. Mientras estaba en contra vía, yo seguía escribiendo mis canciones y adquirí una disciplina o un método para poder escribir”.

¿Cómo recomendarías a los artistas nuevos a darse a conocer, si es muy difícil entrar en las radios o en otro medio de comunicación?

“Yo estoy peleado con las radios. Yo podría decirte que les pongan una bomba, (entre risas). El problema de las radios, es que quién suena es él que tiene sus contactos o que sea amigo del dueño, él que tiene el *ipod* para regalar. Le oí al locutor de la radio JC que contaba una anécdota, su amigo le había dicho que es difícil el mundo de la música y él le decía, es difícil, como cualquier otro trabajo, solo que éste es más lindo porque quién califica y quién te dice si eres bueno o malo, no es el jefe o el dueño de la radio, si no es la gente, es el público quién te dice si quieren que sigas sonando o no. Me da chiste porque eso aquí no es cierto no es el público el que te dice si tú vas a sonar o no, aquí en este país son las radios las que hacen famosos a las personas. Hay gente que sí, por mérito propio pero hay otros que suenan porque son amigos de los *dj*. Una vez, me mandaron una canción de una banda, me dijo ¿Qué te parece esta banda? y le dije que sí estaba chévere, me parece que sus letras son muy complicadas, esa necesidad de sonar inteligente, rebuscaban las palabras más difíciles, me pareció una banda que puede llegar a ser interesante, pero que está totalmente en amateur y luego escuché una promoción fuertísima en la radio, entonces digo: “Es una banda de la sobrina del dueño”. Por eso es tan difícil, tan injusto, tan poco profesional, aquí, tanto en el tema de los medios de comunicación como los músicos también, porque aquí todo el mundo quiere subirse a un escenario. Hay bandas que quieren sonar porque ellos creen que están listos y ya, es un trabajo duro, hay que trabajar muchísimo para llegar a ser grande. Para llegar a darse el espacio o el derecho

de sonar en una radio, si quieres realmente dedicarte a la música comercial, como un *pop star* vas a ver que es un trabajo bien hecho. Yo creo que aquí falta mucho profesionalismo, tanto a los medios de comunicación, como a los artistas les falta mucho. Yo creo que sí ha mejorado, ahora hay más escuelas de música, de la San Francisco están saliendo unos musicazos. Antes no había donde estudiar, sólo el conservatorio, no había más nada, solo había escuela clásica; ahora hay más escuelas, más preparación, que sean más profesionales en lo que hacen, por ese lado los medios también deberían ser así más profesionales.

Todo esto generó una discusión terrible después de que yo me peleé con todos los medios, esto terminó en una discusión que parecía que iba por buen camino. Se juntaban los músicos y los medios, íbamos a llegar a un acuerdo y a la final no pasó nada como siempre, este es el país de los cero acuerdos, no hay forma de acordar. Me peleé con los medios estoy vetado en algunas radios, radio FM mundo, JC la bruja, no me van a poner ahí nunca más porque defendí los derechos, la dignidad del artista, porque el dueño de tal radio lanzó un comentario que me pareció muy desatinado, porque era el dueño del micrófono creía que podía hablar, y yo subí esas palabras a mi *Facebook* y se armó un despelote porque para los medios yo quedé como el malo, el resentido, el desagradecido, porque prácticamente sentí que ellos te hacían el favor poniendo tu canción. Para ellos es como que te estuvieran haciendo el favor poniendo tu canción en la radio y no es así, nos necesitamos mutuamente, ellos necesitan música para poner y nosotros los necesitamos para difundir nuestra música”.

Anexo 6.

ENTREVISTA A ISRAEL BRITO CON LOLA GUEVARA Y DIANA CAROLINA MOGOLLÓN. (2012) CANTAUTOR ECUATORIANO



¿Quién es Israel Brito?

“Mucha de la fuerza artística, del combustible artístico en mi caso, si fue la casa. Hablo de mis inicios de mi familia. Mi padre es uno de los tipos más talentosos que he conocido, cantante, toca la guitarra, hace escultura, pinta. Yo soy ambateño y crecí en Ambato con mi familia. Y en esos años la actividad artística no era muy común. Entonces una persona que tenga estos talentos no es que tenía un espacio donde poder desarrollarse. Yo tengo una teoría cuando una persona no desarrolla su talento, ese talento, esa fuerza contenida le empieza a consumir y le comienza a hacer daño. Afortunadamente hoy por hoy existen espacios donde uno puede decir, expresar y codificar esa fuerza. Entonces creo que eso le llevó a mi padre a momentos de crisis súper fuertes, que luego claro nos los traslado a mi hermano y a mí.

Yo crecí en un ambiente súper complicado por la vida que tenía mi padre, y bueno mi mami que era quien asentaba todo a tierra y mantenía como un tren en riel. Pero si fue una infancia súper complicada. Llena de baches en la parte emocional que pasaron factura

mucho tiempo después. Sin embargo, supe capitalizar eso un poco después en mi arte y en mi propia vida.

Bueno, en la parte musical mi padre me crió escuchando a los Beatles, Joan Monserrat y mi mamá me crió escuchando música de “Motown” fue una disquera Norteamérica que produjo artistas de Soul y R&B maravillosos: Los Manhattans, Kool and the gang, Donna Summer, y otros. Crecí con esas influencias que sin darte cuenta ya cuando te dedicas a la música, marcan tu personalidad en lo melódico, en lo armónico y en lo rítmico, pero eso luego lo descubres. En medio de música, de notas, de ausencias paternas, de sobreprotección maternal, muchísimas mudanzas, transcurrió mi infancia y mi adolescencia. Si cuento esto no es desde un plano de víctima porque creo que es el peor plano de todos, sencillamente es parte de lo que viví y parte de lo que he logrado capitalizar”.

Cuéntanos tu parte multifacética, has trabajado en varios campos. ¿No cierto?

“Yo creo que todo ser humano se debate entre dos cosas, entre vivir para las necesidades y vivir para los ideales. Y creo que quien vive para las necesidades se vuelve parte de una maquinaria, se vuelve un engranaje. Frío. Es parte de una maquinaria. Pagar las cuentas, generar más dinero, las siguientes necesidades que salen con ese dinero. Entonces se vuelve un círculo vicioso que atrofia al ser humano, así lo veo yo.

Y luego está el tema de los ideales, cuando encuentras un ideal. Yo estuve atrapado en el ciclo de las necesidades por mucho tiempo, entonces era buscar trabajo cualquiera que fuese ese trabajo para suplir necesidades.

Entonces creo que lo que primero hice fue entregarme a una pasión que fue la radio, a los 14 años. Regresaba del colegio y me grababa en un *cassette*, hablo hace tiempo. Me grabé y fui a una radio am en Ambato y dije quiero locutar. Me dieron trabajo, hacía un programa en las tardes de 2y30 a 3y30 o 4 de la tarde. Poniendo música en acetatos todavía. Entonces hacía el programa y con el pasar el tiempo, trabajé en muchas cosas desde la fábrica de plásticos de un buen amigo mío, que me dio toda la representación de las ventas para el Austro del país, vendiendo seguros, trabajé en una de las tarjetas de crédito, hice parte de relaciones públicas en Formación Tungurahua. Por ahí en medios de comunicación, y la música era mi desfogue a todo ese ciclo de necesidades, comencé en la música a los 7 años a tocar guitarra, entonces cualquier actividad musical era siempre bajo

la línea. Era después de todo esto que el sistema te impone como el medio de vida o lo que tienes que hacer y luego mi salida, mi escape, mi terapia, mi catarsis, era a través de la música, era un trío de boleros, tercera voz, una guitarra o cualquier otra cosa. Entonces creo que mi vida personal y artística ha sido un camino de descubrimiento, de propósitos, de pasiones, de misiones reales. Fui llenándome de actividades hasta que encontré la música finalmente y dije ¿por qué me demoré tanto? y luego entendí porque me demoré tanto.

Todo pasa en el momento que tiene que pasar. Viví en Ambato hasta mis 20 años, viví en Cuenca dos años, y luego me mudé a Quito decidido hacer radio además. Yo tenía en la cabeza que el resto de mi vida iba a hacer radio o televisión y fue en medio de estas dos cosas donde la música que era una constante en vida y estaba ahí todo el tiempo luego se dejó ver como lo que es”.

¿Cómo fue la llegada de Sofía tu hija, en tu vida, y cuáles fueron las señales para seguir este camino musical?

La llegada de Sofía... Yo soy el hijo mayor entonces tenía muchas responsabilidades que mi padre de pronto no asumió en su momento, entonces tenía que estar al frente de muchas cosas y eso me hizo un tipo súper serio. Cuando yo llegué a Quito, yo era un canciller, era un hombre serio y diplomático, con la camisa metida al pantalón. Entonces fui una persona que asumió una pose ante la vida, tratando de defenderme del tema, de todo lo que tenía que manejar de todas las responsabilidades que tenía que resolver. Yo tuve mi primera novia a los 18 años y con ella me casé y tuve mi primera hija se llama Sofía. La llegada de Sofía a mi vida no fue planeada, como les pasa a muchos padres. Y si yo tenía un tren de responsabilidad, la llegada de Sofía fue sencillamente a afirmar ese riel. Llegó pateando la puerta, y creo yo que a partir de ese momento tu vida se transforma para el resto de tus días. Con ese material hice una canción porque cuando la recibí fue muy lindo.

Y luego las señales con respecto a la música va de a poco, cada ser humano tiene la oportunidad y encuentro en algún momento de su vida esa "ye". Donde decide para un lado o para el otro, y casi siempre se encuentran las razones y las pasiones, las razones a veces te dicen el sistema es éste, tienes que hacer esto. Las pasiones a veces te llevan por un lugar totalmente distinto, en mi caso la música es una pasión, una pasión pura, y responde a mi vida entera a todos mis dolores, felicidades, decepciones, amores, desamores, toda esa

materia prima tiene una forma de llamarte cuando te dedicas al arte.

En mi caso eso comenzó a pasar cuando tenía 24 años, he hecho música. Toda mi vida me he subido a escenarios desde los 7 años, pero la música como una actividad que ocupe todos mis espacios comenzó a gritar a partir de los 24 años. Cuando vine acá, cuando cantaba jingles. Entonces un amigo en común David, me escuchó cantar un jingle. Y me dijo tu cantas chévere ¿por qué no hacemos un especial de *you tube*?.. E hicimos un especial de *you tube*. Creo que ese fue el primer paso. Vincularme a personas en el medio que estaban haciendo música, y ahí en adelante ha sido un recorrido. Pero van de la mano las dos cosas el desarrollo artístico y la parte personal. Mientras defines el camino de la música es una forma de verte a ti”.

También trabajaste en publicidad, en medios de comunicación, en radios. ¿Cómo fue esa experiencia?

“Nunca supe para qué estaba trabajando y eso fue curioso porque las piezas se unieron después. Yo cuando entre al primer estudio de grabación, hicimos locuciones dije: ¡Wow! ¡Qué hermoso! ¿Qué es esto? ¡Yo quiero esto!”.

Entonces lo que hice cuando recién llegué a Quito, tenía 23 años. Mi mamá me compró un par de pantalones, unas camisas, y me dio 10 dólares y me dijo: vete. Y me fui. Entonces llegué a Quito y busqué a un amigo que ya trabajaba en radio y bueno a tocar puertas a ver qué onda. Cuando conocí un estudio de grabación, dije yo quiero tener un estudio de grabación. Fui a un local de música y compré un pedestal de micrófono, costaba 16 dólares. El sitio donde yo vivía que tenía las cosas más básicas, un muchacho de 23 años. Llegado a pulso, a buscarse el camino. Entonces paré el pedestal en una esquina de la habitación y dije: este es el estudio de grabación. Me levantaba y estaba sin micrófono, pero era el estudio. Pasaron muchos meses para poder comprar un micrófono y otros muchos más para comprar la computadora y el resto de cosas. Pero fue un reto personal, absolutamente mío. Usaba PC, no lo hagan usen MAC. Trabajaba con un programa que se llamaba *fruity loops*. Es un secuenciador súper básico, que tienen secuencias rítmicas básicas iniciales, *loops*. Y luego grababa en un programa que se llamada *Q-base* que es un gran programa. Yo compré los programas porque alguien me los sugirió, y la gente no me vio cerca de 2 meses porque yo no salía de mi casa investigando los programas, para aprender cómo funcionaban y cómo manejarlos. Fue de a poco un descubrimiento personal

y una bronca con la tecnología, hasta aprender usar todo eso, y al final lo logré. Fue súper lindo luego monté mi estudio, hice una época cuñas y jingles que me gustaba mucho. Pero realmente lo que estaba era entrenándome como productor y logré descubrir, desarrollar cierta parte de mi gusto estético y explotar esos recursos que te dejan ahí tus padres.

Lo que decía, lo que escuchas, lo que escuchaste de niño, de joven, eso es lo que verdaderamente marca tu estética con respecto a la música. Con respecto al arte en general, y eso es para lo que esto me sirvió. Era un training. Luego, cuando quise hacer mi disco, ya manejaba herramientas, ya tenía un criterio de hacer las cosas, cuando ya tenía mis canciones busqué productores y eran grandes productores, 5 productores.

Entonces reunía una plata y le decía prodúceme esta canción, me producían la canción y yo llegaba a la casa con una emoción, esto es, yo sé que esto es. Y no era. Y me trataba de convencer de que sí ellos saben. Y claro que saben, el tema no está en conocimiento, sino en tu percepción propia, en tu filtro de lo qué es el arte, en la estética, eso es algo tuyo. Y así pasé de productor en productor, hasta que me cansé y dije no más, compré un par de cosas adicionales para el estudio y produje mi disco solo, eso me tomó como 8 meses. Y fue una satisfacción doble, haber hecho la composición, los arreglos, la producción fue abrirme a un mundo maravilloso. Fue el camino para ir llegando a la música, trabajé en bares muchísimo tiempo, esa fue otra parte importante, canté desde Frank Sinatra hasta pasillos”.

¿Cuáles crees que sean los posibles muros para un artista?

“Con el tiempo he descubierto algo, los muros no se presentan con respecto a tu calidad como artista o a tu cualidad como artista. Ese es un estado inherente y permanente en el ser humano cuando naces con eso. El tema está en las motivaciones. Porque resulta que la parte de los medios te hacen creer que para ser artista, tienes que tener exposición pública, necesitas fama, un montón de cosas que no tiene realmente mucho que ver con el arte. Entonces los muros vienen de todas esas partes periféricas que están llenas de fantasmas.

El arte es una experiencia personal con o sin cámaras, en un metro cuadrado. Cuando logras encerrarte en tu espacio y crear. Y eso es una cosa que es tuya. Es una forma de desenvolver tu propio mundo, de desenvolver tu vida entera, para eso no necesitas nada más. Pero te das cuenta de eso con el tiempo, entonces los conflictos llegan realmente de la cuantificación. La cuantificación me parece una costumbre humana horrorosa, todo se

mide en números, hasta la felicidad. De cuántas cifras en la cuenta, de cuántos autos, de cuántos, de cuántos, de cuántos. Entonces, pasa lo mismo con la música, estar midiendo en números y si no pasa ciertos estándares de números entonces resulta que empiezas a cuestionarte como artista, que no has vendido tantos discos, o que no te has ganado tantos premios, entonces mis fantasmas, mis cucos, mis muros, venían de esa presión. Y con el tiempo te das cuenta que no va por ahí. Entonces creo que el tema artístico ha estado siempre, ha sido un modo de expresión, ha sido la forma de mi caso personal, fue la forma en que yo pude resolver mis acertijos. Con respecto a mis deducciones y a mis propios baches con respecto a la vida. Entonces el arte para mí ha sido una experiencia que está más allá de toda esta parte que está en la industria y en la maquinaria comercial, que es otro asunto”.

Cuéntanos un momento artístico, en el que te hayas sentido realizado como músico.

“Creo que en una ocasión, me llamó por teléfono un señor y me dijo: Israel le voy a pedir matrimonio a mi novia, necesito que cantes en ese día: “Hoy te voy a confesar” y le dije perfecto cuenta conmigo.

En uno de los centro comerciales de Quito, en la terraza. Él pidió todos los permisos. Armó una pared de flores gigantesca que no te puedes imaginar y la chica trabajaba en el edificio de al frente. Entonces si tú te asomabas veías directamente la terraza de este centro comercial. Puso una mesa con unas cartas. Y del segundo piso puso una tela negra enrollada. Contrató el sonido, eran las 12 y 30, la hora del almuerzo, salió y le llamó: Camila, con el sistema de amplificación. ¡Camila! Soy Jorge, y salen todos al balcón, los amigos, los compañeros de trabajo, y ella ¿qué es esto? Entonces me da la señal, y yo salgo cantando: “Hoy te voy a confesar”, en ese momento él suelta esa tela, y en la tela decía: “¡Cásate conmigo!” Y ella le grita: ¡Sí! Bajan y yo desde la terraza mientras cantaba, veía como le entregaba el anillo de compromiso, en la calle Amazonas, con toda la gente alrededor, los transeúntes. Creó que ese fue un momento muy especial, cuando la gente te da el privilegio de ser testigo de uno de los momentos más lindos de la vida. Eso es maravilloso cuando la gente construye sus historias alrededor de tu música, creo que ese es el verdadero premio. Creo que eso es lo que realmente vale. Cuando esa pareja cumplan 35 años de casados, se van a acordar de mí. ¿No crees que eso es realmente un premio para un artista?”

Como artista, es difícil manejar la parte emocional y la parte laboral. A veces no tienes ganas de estar en un escenario. ¿Cómo has manejado esa parte?

“Un año y medio entero aprendí pantomima, el 2009 fue un año tal vez el más duro de mi vida. Pero un año maravilloso, después cuando haces el inventario de las lecciones que te dejó ese año. Fue un año durísimo, tuve muchas pérdidas. Una en particular, una persona que representó en mi vida muchísimo. Y claro esa ruptura esa pérdida me dejó en los niveles más bajos, absolutamente y peculiarmente también la parte profesional. Llegó a un punto de estancamiento, de buscar y había shows que atender. Entonces llegabas arrastrando todo, todas las piedras, todos los alambres. Todo aquello. Y, tenías que subirte al escenario y transformarte. Pensé mucho sobre esto. Si lo que debes es transformarte como maquillarte, o capitalizar tu estado. Con el tiempo aprendí, que cada estado de tu vida te sirve si lo capitalizas. Incluido el horror, la tristeza, si sabes canalizar estas fuerzas, porque son fuerzas. El escenario cobra vida en cualquier sentido. Ese fue un camino que lo recorrí y que me dejó cosas muy positivas.

Un artista en frente del escenario es exactamente igual a como enfrenta la vida. El escenario se convierte en una pequeña muestra de la vida para un artista. Como te mueves, como hablas, como cantas, como miras a la gente, es exactamente un reflejo de vida. Si hubo momentos que pararme en un escenario fue un reto gigante por mi estado personal. Creo que a todos nos pasa en algún momento. Pero claro el artista está más expuesto, porque no es lo mismo ir a la oficina cuando tienes problemas, que pararte ante 20.000 personas que quieren de ti lo que están acostumbrados a recibir. Bueno ha sido parte del camino y creo que es parte de madurar y nadie se va a escapar”.

¿Cuál es la diferencia entre un cantante, un ejecutante de su voz o u interprete?
¿Cuál es la clave que marca la diferencia?

“A veces caemos en la trampa de comenzar a medirnos. Yo llego a un Sol. Yo llego un La. Yo canto más alto, pero yo puedo hacer estos quiebres más rápido que tú (entre risas). Entonces uno comienza a medir *skills*, está bien pasar esa parte porque te lleva a un nivel de manejo de entrenamiento que es importante y hay que explorarlo. Eso es una cosa, pero de mi perspectiva, la voz de un cantante se convierte en un recipiente. Para mí, la voz es un recipiente en el que tú decides meter diferentes cosas. Los que logran ser intérpretes, logran llenar ese recipiente que es la voz con todo el tren de su vida, eso incluye, amor,

desamor, éxitos, fracasos, ilusiones, desilusiones, momentos de intensa felicidad, momentos de intenso dolor, todo eso que compone a un ser humano. Cuando ustedes tienen la capacidad de llenar su voz con todo ese tren y entonces lanzarlo al público, resulta que es un bombazo y causa un ¡Wow! Porque topas las mismas fibras que exactamente todos vivimos. Entonces esa es la gran diferencia.

Existen los cantantes de exposición que solamente quieren demostrar el virtuosismo de su instrumento, que me parece que está bien. Pero en ocasiones cantan todo pero no te mueven un pelo. Y existen cantantes que de pronto no llegan a ser tan virtuosos en el manejo de su instrumento pero cantan y te ponen a volar. Entonces creo que esos cantantes tienen esa cualidad, la de abrir las puertas de su propio corazón de su propio ser y dejar que la gente les sienta incluso antes de abrir la boca. Creo que eso es lo más grande. Creo que esa es una cualidad impresionante. La preparación constante viene de la mano, desde luego, manejar el instrumento tan bien como puedas. Pero si no puedes hacer esa conexión de tu voz y tu ser, tu centro como ser humano o como persona el artista se desvanece. El artista es un comunicador, es un decodificador de la vida, tiene que ver con la comunicación más que el talento. Si te preguntan ¿qué es más importante comunicación o talento? La respuesta es comunicación. Y no me refiero en términos de campaña publicitaria para que pegues. Sino en términos de tu capacidad de comunicar a la gente tu pedazo de vida. Lo que te tocó a ti que de alguna forma siempre va a conectarse con lo que alguien más vivió. Ese es el artista y si no logras tender ese puente entre tu voz y tu interior, pues entonces el recipiente llega vacío”.

¿Cuál es tu experiencia con lo que has logrado en relación con la disquera?

“¿Sabes qué? Tengo que aceptar que hoy tengo en ocasiones conflictos. Conflictos con entender mi parte artística. Como nunca la vivo en mi espacio personal y ésta otra parte que es haber logrado el apoyo de una estructura importante para un artista. Que es el de una disquera internacional, que está asentada en Madrid y que tiene todos sus procesos muy pulidos. Claro, ellos están pensando en función de industria y esto no es otra cosa que pensar en que: “Estamos invirtiendo tanto, entonces necesitamos un retorno de tanto”, “Necesitamos que tú te pongas a crear”.

Llega un punto en que comienzas a enfrentar esa parte, siempre separo entre lo azul y lo rojo, la parte azul esta parte fría es justamente la parte industrial y la parte roja es la que tú

llevas dentro, a todas partes, entonces enfrentar esta montaña azul ha sido importante, ha sido fuerte.

Anexo 7.

ENTREVISTA PARA “PAPA CHANGÓ” CON DIANA CAROLINA MOGOLLÓN 2013. EN LÍNEA.



1.- ¿Cuáles fueron los primeros pasos que dieron para darse a conocer?

Responde: Andrés Granda.

“Bueno, yo ya estaba en otra banda así que no tuve que hacer mucho, ya que mucha gente me conocía por haber estado desde los 12 años en esa banda, de ahí con los Changós se empezó a constituir como una empresa así que eso ayudó a darnos a conocer, supongo que te toman más en serio si llega un departamento de ventas e influya sobre el cliente, que cuando vienes tu solito.”

2.- ¿Se plantearon inicialmente algún objetivo a alcanzar al iniciar su carrera? ¿Me podrían compartir cuál fue ese objetivo inicial?

“Como objetivo, objetivo no la verdad solo quería hacer música compartir con amigos y tocar, que la gente disfrute de mi música, ser feliz haciendo feliz a los demás nada más, obviamente siempre intentar vivir de esto de alguna manera”.

3.- ¿Cuáles fueron sus estrategias o sus planes siguientes una vez que iniciaron su carrera artística?

“Bueno, una vez que adquieres un nombre y que la gente te busca para trabajar la estrategia cambia un montón, ya que ahí si tienes que ser inteligente y prudente para manejar el dinero y la fama que te llega, plantear metas, un equipo de trabajo, intentar adquirir auspicios, seguir con los eventos, meterte donde más puedas como banda intentar estar en todos los lugares y cumplir con todos, adquirir las cosas que sean ya de propiedad de la marca o de la banda más que de cada músico y eso es un proceso de trabajo de muchísimos años”.

4.- ¿Con la experiencia que fueron adquiriendo como artistas encontraron importante cambiar tu objetivo original o tu estrategia original? ¿Qué les hizo llegar a pensar de esa forma?

“Obviamente, tienes que cambiar tu forma de pensar tienes que amoldarte al momento y lugar de las cosas que vives al principio todo empezó siendo un juego y cuando se empieza a constituir en tu negocio, tu forma de vivir, tienes que tomártelas un poco más en serio porque y no es la banda si no la marca”.

5.- Dicen que solos no alcanzamos grandes metas. ¿Consiguieron alguna vez o algunas veces apoyo de personas que consideres fue vital para alcanzar su éxito? ¿Tuvieron algún tipo de alianza estratégica con otros artistas o tal vez empresarios?

“Sin duda, de alguna manera el gobierno de la provincia, el ministerio de cultura, ministerio de educación, y los propios medios de comunicación tuvieron mucho que ver con que alcancemos muchas cosas, la familia, etc. Es decir, casi todo el mundo que alguna vez metió mano en el proyecto y que simplemente dijo me gusta lo que ustedes hacen pues se convierten en motor de fuerza para lograr cada cosa, por eso estamos muy agradecidos

con las personas que disfrutaban nuestra música, porque ellos hacen que los empresarios, el gobierno, se fijen en nosotros y nos den su apoyo”.

6.- ¿Cuáles fueron sus estrategias específicas de “Marketing”?

“Bueno, al principio la auto gestión es importante todo empieza saliendo de tu bolsillo: la publicidad, las ventas todo es algo muy personal, la principal estrategia siempre es creer que tu producto es bueno y la gente se contagia de eso, de ahí casi desde el principio tuvimos un manager que es la persona que se encarga de las relaciones públicas y comerciales de nuestra marca, ahora él cuenta con un departamento de marketing y ellos sólo nos dicen que tenemos qué hacer para lograr el fin común que es el beneficio económico para todos”.

7.- ¿Manejan algún tipo de imagen especial?

“No entiendo mucho la pregunta, pero la imagen que ve la gente es la que manejamos. Cada persona de la banda tiene la libre disposición de manejar su imagen cómo le parezca siempre y cuando respetando los parámetros impuestos por nuestros sponsors de marca de ropa de ahí obviamente la imagen juvenil y un poco atrevida que demanda el estilo musical que hacemos, espero haber respondido correctamente”.

8.- ¿Creen que el género de música que hacen influya para qué sea conocida? ¿Qué les hizo decidir por el género de música que hacen?

“No sé si influye o no la verdad, simplemente nos divertimos con lo que hacemos intentamos hacerlo lo más profesional que se pueda, supongo que sí pero la verdad es que creo que dimos una alternativa más al pop de nuestro país y la gente que nos sigue es porque decidió ser diferente como nosotros, creo que las influencias que tenían cada músico dentro de sus conocimientos dieron como resultado el estilo que hacemos, pero sí creo que también la forma de cómo se planteó el proyecto por el Mike y el Pepe, que se arriesgaron por esto”.

9.- ¿Qué apoyos y qué barreras han encontrado en los medios de comunicación para divulgar su música? ¿En cuál radio fue más difícil entrar?

“Bueno, si se han encontrado barreras muy grandes para que suenen nuestra música en la radio, sobre todo al principio, pero con el tiempo la gente mismo llamaba a exigir nuestros temas ya que tocábamos en los colegios y universidades así que la gente mismo se encargó

de hacerlo obviamente nuestro manager también a través de canjes y campañas publicitarias o de nuestra empresa Mad House. Es un trabajo muy duro, pero muy gratificante el día de hoy, no te puedo decir un nombre de una radio no creo que sea muy ético de nuestra parte”.

10.- ¿Cuánto dinero invirtieron para empezar su proyecto?

“Bueno específicamente no te lo puedo decir, pero sí te puedo asegurar que cada persona de la banda se ha comprometido con este proyecto y sobre todo la inversión ha sido en un aspecto total, plata y persona con nuestra empresa Mad House, maneja a los Papá Changó y a una empresa de artes visuales, un estudio de grabación y otra relaciones públicas. Hemos invertido económicamente lo mismo que se necesita invertir en cualquier empresa de Artes audio visuales, así que ya te imaginas cuánto, aparte del esfuerzo individual en tiempo, horas de trabajo, etc”.

11. ¿De dónde provienen sus mayores ingresos? ¿Shows? ¿Venta de disco? ¿Realizan publicidad para empresas?

“En este país es muy difícil tener ingreso de la venta de discos, de ahí nuestros ingresos provienen de shows, canjes publicitarios con canales, radios, campañas publicitarias, campañas solidarias del gobierno que aunque no es un ingreso como tal genera más publicidad y eso genera más shows a futuro, giras, como te digo tenemos el estudio de grabación que también genera su ingreso, nuestra empresa de relaciones públicas para empresas, eso también genera ingresos, y nuestra empresa de multimedia y diseños digitales que también genera ingresos, en fin la moraleja es que siempre hay que generar ingresos y no quedarse sin trabajar”.

12.- ¿Tienen conocimientos musicales, solfeo armonía? ¿Cuáles de tus conocimientos musicales y habilidades artísticas fueron los que más te aportaron para llegar al éxito? ¿Y por qué piensas que así fue?

“Claro, tenemos conocimientos cada uno en su instrumento, no creo que eso aporte mucho para llegar al éxito como tú lo dices, más bien creo que el trabajo en conjunto, el esfuerzo como banda, componer en grupo aportar con la composición y con la grabación, pero la verdad hasta ahora muchos de nosotros seguimos estudiando música en la universidad y seguir aprendiendo, cuando todo empezó todo empezó de manera muy casera”.

13.- ¿Cuáles de sus conocimientos y habilidades NO musicales fueron los que más aportaron para llegar al éxito? ¿Y por qué piensan que así fue?

Yo creo que la actitud siempre es importante frente a la vida en cualquier área, afrontar todo como viene y hacer las cosas con amor, con paciencia y no ver el enfoque en el dinero si no disfrutar cada actividad que se emprenda para mí eso es éxito.

14.- ¿Qué son las cosas que piensas les distinguen de los demás artistas?

“No sé la verdad, quizá el ambiente que tenemos entre nosotros, la camaradería, la hermandad, la amistad, eso es importante de ahí cada persona se maneja de distintas formas pero en realidad todos estamos en las mismas capacidades. Quizá lo que realmente nos distingue es como vemos las cosas, nunca es tan difícil como parece y esa es nuestra visión así que somos iguales en muchos aspectos pero la verdad sólo el pensamiento nos distingue supongo que muchas de estas preguntas la deberían de responder la gente que nos escucha porque esa respuesta es la que finalmente más importa y es la que más vale”.

¡Saludos cordiales! Soy Andrés Granda Papá Changó, gracias por la entrevista, la hicimos juntos en un ensayo para tener el mismo criterio todos, abrazos.



Anexo 8

ENTREVISTA A DAVID CHECA (2012)

DIRECTOR GENERAL SOCIEDAD SAYCE SOCIEDAD DE COMPOSITORES Y AUTORES DEL ECUADOR



¿Es difícil vivir de la música en Ecuador?

“Para nosotros hace algunos años era un sueño vivir de la música, nos preguntaron si pensamos en vivir de la música y muy pocos alzaron la mano. Entre ellos fueron: Juan Fernando Velasco y el grupo Tercer Mundo. Algunos de ellos se arriesgaron a dar el paso y decir: “Yo sí quiero vivir de esto”, muchos de ellos sí lo hicieron y se convirtieron en un referente importante para todos ustedes porque abrieron el camino para muchísimos ecuatorianos allá afuera”.

¿Qué es SAYCE?

“SAYCE es una empresa que gestiona colectivamente los derechos de sus afiliados, representa a 1.400 autores y compositores nacionales, y más de 200.000 autores en el mundo, es decir que no hay obra que llegue a sonar en este país que no esté registrada en esta sociedad”.

Una anécdota de David Checa:

Dice: “Cuando era joven lo único que quería era cantar, me llamaban en los intercolegiales y me preguntaban: ¿Quieres cantar?, pero no tenemos plata para pagarte, a mí no me importaba la paga, esa fama era la paga que yo necesitaba y muchos se van a identificar con esto. Después empezamos a abrir conciertos y era lo mismo llegaba el empresario y preguntaba: ¿Quieres abrir el concierto? pero no tenemos plata para pagarte, no importaba. Ese tipo de abuso hasta el día de hoy se lo aplica. Vienen bandas internacionales, Miley Cyrus, o cualquier otro y cobran un billeteazo por salir a escena. Ojo y se lo ganaron con toda la justicia del mundo.

“Ustedes saben ¿Cuánto cobra Aerosmith por salir al escenario? US\$ 1.200.000. Para llegar a cobrar un millón de dólares, tal vez tenga que estar 40 años en escena. Como Luis Miguel, él cobra como US\$ 800.000 por salir, pero se lo han ganado. La pregunta es: ¿Voy a regalar mi trabajo o voy a cobrar por mi trabajo? Es parte y parte. Entonces viene esta reflexión, si yo me voy donde el dentista y me cobra US\$ 20, o US\$ 30, o US\$ 40 y se los pago feliz porque el dolor que siento es tangible, en ese momento para que me saque el dolor le pago lo que sea, pero le pago. Si voy a la panadería, ustedes alguna vez han escuchado algo parecido a: Señor panadero yo soy Juan Fernando Velasco y la música que está poniendo en su parlante es mía, entonces me llevo 10 panes y quedamos pagados. El panadero va a decir: ¿Por qué? , ojo que él esté usando su música cuesta más de diez panes. ¿Saben cuánto cuesta una producción musical? Podemos estar hablando de US\$ 60.000 o US\$ 80.000 para arriba.

A nivel nacional a través de diferentes métodos matemáticos y programas se va calculando cuánto le toca a cada uno según las veces que ha sonado en la radio, cada canción tiene un código y se van contabilizando. A los autores internacionales también los representamos aquí, tenemos un convenio con varias sociedades de autores internacionales, entonces nosotros las representamos aquí y ellos los representan en su país. Por ejemplo: Miguel Bosé que forma parte de la sociedad de autores de España, entonces las sociedades hacen un contrato y se dice: Tu representa a los autores ecuatorianos en España y yo represento a los autores Españoles aquí en Ecuador. Al final del año, tú me mandas la plata de mis autores ecuatorianos que están sonando en España con un listado diciéndome cuanto le toca a cada uno. Se ponen de acuerdo y se firma el contrato”.

¿Cómo funciona el sistema de SAYCE?

“Es un sistema de monitoreo digital, una obra tiene varios formatos, uno de esos formatos es el mp3, cuando uno convierte una obra a mp3 al menos en la sociedad autorales, se les va asignando códigos y esa obra digital deja una huella. Entonces esos códigos, esas huellas que van dejando las obras en mp3, las subimos a una base de datos; una base de datos que está en España. Tenemos un contrato con una empresa española que se llama Baby Mat que se especializa en este tipo de cosas. Entonces todas las obras se cargan en el sistema con la base de datos en España y a través de internet, nosotros aquí en Ecuador las registramos. Por ejemplo, tenemos tres sistemas establecidos, uno en Guayaquil, otro en Quito y otro en Cuenca, están conectados a internet 24 horas y 7 días en la semana y lo que hace este sistema es un disco duro que va captando la frecuencia de radio y televisión. Entonces cada vez que sale en radio centro una obra que está en esa base de datos que nosotros mandamos a España, el disco duro reconoce la obra y la registra, y lo hace en tiempo real. Entonces nosotros sabemos cuántas veces puede haber sonado una canción de Fausto Miño en la radio, o cualquier otro autor, a qué hora sonó, en que radio sonó, cuánto duró entonces se van registrando y se van sacando reportes periódicos.

Bueno, volvemos a la misma pregunta: ¿Puedo vivir de la música? Sí, sí puedo vivir de la música, les voy a contar un caso real que es el de Fernando Pacheco. Fernando entendió como funciona el negocio de la música. Esto de ser autor o compositor, también es un negocio y así lo tienen que ver muchachos. Eso de que amor a la camiseta, no funciona, mientras más amor a la camiseta ustedes le ponen más deben valorar su trabajo. No digo que no haya que cantar con pasión, claro que sí, pero si ustedes lo hacen por amor a la camiseta va a llegar el día en que digan: que bestia me han explotado 300.000 veces, por ese amor a la camiseta y no tengo un centavo, eso les ha pasado a muchos. Entonces, si yo soy autor o interprete, cada vez que alguien utilice mi obra yo gano 10 centavos más o menos. Donde yo más gano como autor, es cuando alguien canta canciones mías en un concierto. La matemática es muy simple, si le cobro US\$1.000 dólares a la radio por un año, ustedes pueden imaginarse: ¿Cuántas canciones puede usar una radio por un año? yo he visto los reportes y me quedado 10 minutos con el dedo bajando la hoja de Excel y no he llegado ni a la mitad. Son miles de miles de miles de hojas, entonces yo tengo que dividir esos mil dólares para el número de hojas para sacar un valor por obra musical y después identificar a los autores. Voy sacando un valor para cada uno de los autores por

cuantas obras ha escrito. Divido esos mil para todos los autores y ese valor es muy pequeño porque en este país las radios no pagan lo que realmente podrían pagar. Cuando ustedes empiezan a ver esto como un negocio pueden vivir de la música, tengo que procurar que mis canciones suenen todo lo que puedan en la radio, en la televisión, etc. Uno de los grandes trucos de este negocio es hacer que mis obras suenen en vivo, ya sea cantándolas yo mismo o dándole a alguien para que me las de cantando en conciertos. ¿Por qué? Porque en un concierto, en vez de los mil que le cobro a la radio puedo cobrar 10 o 20 veces más dependiendo del concierto. Fernando Pacheco, entendió súper bien este negocio y ha sacado unos cheques de regalías que ustedes no se imaginan, porque él empezó a abrir *shows* o a hacer parte de otros shows. Entonces cuando ustedes hacen la misma matemática para un concierto se dan cuenta de que a la radio le cobro mil por miles de obras, al concierto le cobró US\$ 10.000 dólares por 30 canciones. Diez mil es un número como un ejemplo y 30 también pueden ser más o menos. Esos diez mil dólares los divido para las 30 canciones y saco el valor por obra. Si un tipo como Fernando Pacheco, canto 4 canciones de las 30, ese valor por obra lo multiplico por 4 y eso es lo que le toca a Fernando. Según la intendencia de policía, No pueden hacer un concierto sino presentan la autorización nuestra.

SAYCE fue una sociedad híper corrupta, donde hubo manejos financieros muy extraños muy oscuros. Toda la gente de esa época hace dos años, perdió el puesto y salieron todos. Ahora entramos una nueva administración ahora las cosas son súper rectas, todo por la derecha. Yo mismo he enviado cartas al presidente de IEPI que es nuestro regulador estatal diciéndole: cuando usted quiera entrar y auditarme, lo puede hacer. Somos un libro abierto.

El organizador del show es el que tiene que pagar, por ejemplo TEAM PRODUCCIONES, TOP SHOWS, etc. Los gerentes de estas empresas se referían a este pago como un impuesto y esto no es un impuesto es un derecho. Tal vez ese es uno de los puntos más claves de este tema, lo que la sociedad de autores cobra no es un impuesto es un derecho. Un derecho de uso de obra, es decir, cuando haces un concierto pagas la luz, pagas el agua seguramente, pagas a la empresa que pone el escenario, las luces, el sonido, etc. ¿Cómo no vas a pagar la música? Si la música es el insumo principal para ese concierto. La diferencia para mí es que, los impuestos que voy a pagar son el resultado de la actividad que voy a implementar, porque hago el concierto pago impuestos, porque vendí mil entradas pago impuestos. La música está antes de esa actividad, no es un resultado. No es que porque

hago el concierto pago la música, pago la música porque tengo que hacer el concierto, es un insumo más. Si yo le digo a la empresa eléctrica no voy a pagar la luz, me tiran los *brakers* abajo y se acabó. Entonces porque la sociedad no puede tener la misma potestad ¿Usted no me va a pagar por el insumo principal de la noche que son las obras?, entonces no le doy la licencia y si no le doy la licencia, no tiene el insumo y si no tiene el insumo le clausuro el *show*. De hecho las sociedades autorales tiene el derecho de cancelar un show. Ahora, hay shows clausurables y shows no tan clausurables. A una sociedad hermana recientemente le paso un tema terrible, en Colombia, en un concierto de Aerosmith. La sociedad de autores de Colombia, le dijo usted tiene que pagar la licencia por este concierto, bueno el empresario no quería, que usted es un abusivo, me cobra mucho y finalmente la sociedad de autores de Colombia le pide al IEPI colombiano, el regulador estatal, que clausure el concierto. El error fue que la orden de clausura llega demasiado tarde y cuando eso llega a la intendencia de policía, la intendencia de policía va al concierto ese día y dicen vamos a clausurar este concierto porque no tienen licencia. Era Aerosmith, llegamos a clausurar esto y nos matan, entonces la policía se retira. El gobierno le echa la culpa a la sociedad de autores por los muertos que hubo y esto le costó el puesto al director de la sociedad, fue muy injusto”.

¿Qué es Derecho de Autor?

“Derecho de autor es un derecho humano. Se caracteriza como una obra intelectual, no material. Este derecho es irrenunciable. Le pertenece 70 años después de su muerte y tiene un heredero el cual el autor puede modificar eso. Después de los 70 años la obra se vuelve de dominio público”.

¿Cuál es la diferencia entre SAYCE y el IEPI?

“SAYCE administra las obras y las representa mundialmente por todas las sociedades que estén alineadas. El IEPI defiende la obra a nivel nacional”.

¿Cómo hago para registrar la obra?

“La canción tiene que estar gravada en formato mp3, incluso puede ser una grabación casera”.

Anexo 9.

CONFERENCIA DE DIEGO MIÑO (2011)



Integrante de las bandas “Chaucha Kings” y “Tomback”

Chaucha Kings, es el resultado de la unión de tres de bandas ecuatorianas que han tenido su respectivo éxito: Cruks en Karnak, Cacería de Lagartos y Tomback.

Tomback, es una agrupación de varios percusionistas, su música es diferente y bastante llamativa.

Diego: “Vi un documental de bandas como “Can Can” que decían que la música independiente también tiene derecho a ser escuchada pero todos somos artistas independientes en el Ecuador, porque no hay disqueras aquí en Ecuador.

“Tomback” como es percusión existe el mito que no es tan comercial. Hemos logrado ventas de discos gracias a nuestra autogestión en un festival que hicimos en Europa vendimos muchos discos; recuerdo haber tenido un canguro repleto de euros más o menos unos \$2000 euros en un día de venta de discos me pareció bastante, porque vendiendo discos en Ecuador ganaras eso tal vez al año y a parte ya no hay tiendas de discos acá en Ecuador, ya quebró “Tower Records”, “Musicalísimo” han cerrado algunos locales, hay muy poca distribución de discos como tal. Lo que personalmente yo hago es: guardar los discos, casi no los vendemos en Ecuador, en el parque “La Carolina” ensayamos si alguien quiere claro lo vendemos, solo en el parque los vendo, pero ya no distribuimos los discos porque pensamos que no nos funciona y llevamos todo a Europa. Nosotros guardamos los discos todo el año y los vendemos en un mes cada vez que vamos a los festivales. La venta

de discos acá en Ecuador es un relajo porque tenemos problemas muy grandes de la piratería y hay poca distribución de los discos como tal de los artistas ecuatorianos. Bueno, con “Chaucha Kings” tenemos dos discos el primero se llama “Corazón de sufridores” y el segundo disco es el mismo disco con algunos temas nuevos que incluye para una edición del disco que es de Argentina porque tenemos un contrato discográfico.

Hemos tenido varias experiencias pero básicamente, todo lo que uno hace va rindiendo fruto, personalmente a mí me pasa que no tengo mucha paciencia y quiero los proyectos de un día al otro, pero las cosas más grandes son las que no duran un día sino mucho más. Por ejemplo, tres meses de proyectarse a algo y luego sale algo más grande como eso de los pasajes que nos ahorramos US\$ 9.000 dólares para poder hacer la gira, fueron tres meses de todos los días estar insistiendo y yo ya estaba harto porque uno se pone a pensar y dice yo no debería hacer esto, esto debe hacer un manager, yo soy músico y debo tocar, lastimosamente eso es desgastante pero de repente sale y se perdió el cansancio y ahí es cuando uno ve el fruto de todas las cosas que uno ha hecho hay que ser emprendedor y hay que tener planes a largo plazo. En Ecuador a veces uno se pone solo al día al día y se olvida que el proyecto de una banda es, por ejemplo, qué vamos a hacer este año y qué vamos a hacer el siguiente año lo mismo si tienes otros proyectos es igual. Yo también tengo una academia de batería dentro de eso también unos seminarios de batería sola y mis proyectos no tienen que ser programados de una semana ni de un mes. Tenemos que organizarnos, son las estrategias que se utiliza para uno poder continuar con el negocio.

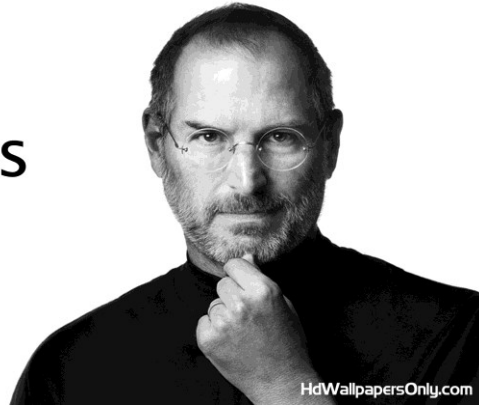
Por ejemplo, si uno tiene una gira en Europa, no sólo tenemos que irnos a pasear sino también tenemos que sacarle el mayor provecho, si esta gira que vemos solo fuéramos a este festival sería un desperdicio ir a Europa estar solo cinco días y regresarnos. Entonces también hay que planificar y ahora tenemos una gira de un mes entero con 16 shows, para nosotros poder aprovechar el viaje y lo mejor de todo es que todos los shows hemos logrado que sean pagados porque son festivales. En otras ocasiones hemos ido también por contrato en las fiestas de la merced Barcelona-España fue Quito como ciudad invitada, también tocamos en la sala “Apolo”, que es la sala más prestigiosa de Barcelona dónde también han tocado los “Rolling Stones”, “Cafè Tacuba”, “The Cure” , entre otros”.

Anexo 10.

DISCURSO DE STEVE JOBS (2005)

“ If today were the last day of your life,
would you want to do what you are about
to do today? ”

Steve Jobs
1955 – 2011



“La verdad sea dicha: Yo nunca me gradué, y esto es lo más cercano que he tenido a una graduación. Hoy les quiero contar tres historias de mi vida. Nada especial, solo tres historias.

La primera historia versa en conectar los puntos. Deje la universidad Reed en los primeros seis meses, pero después seguí vagando por ahí otros 18 meses, antes de dejarlo por completo. Entonces ¿por qué lo deje? Comenzó antes de que yo naciera. Mi madre biológica era una joven estudiante y soltera, y decidió darme en adopción. Ella tenía muy claro que quienes me adoptaran tendrían que ser titulados universitarios, de modo que todo se preparó para que al nacer fuese adoptado por un abogado y su mujer. Solo que cuando yo nací decidieron en el último momento que lo que en verdad querían era una niña. Así que mis padres, que estaban en lista de espera, recibieron una llamada a media noche preguntando: “Tenemos un niño no esperado; ¿lo quieren?” “Por supuesto, dijeron ellos”. Mi madre biológica se enteró de que mi madre no tenía titulación universitaria, y que mi padre ni siquiera había terminado el bachillerato, así que se negó a firmar los papeles de adopción. Sólo cedió, meses más tarde, cuando mis padres prometieron que yo iría a la universidad. Y 17 años más tarde, fui a la universidad. Pero de forma descuidada escogí una universidad que era casi tan cara como Standford, y todos los ahorros de mis padres de clase trabajadora los estaba gastando en mi matrícula. Después de seis meses, no le veía el

propósito alguno. No tenía idea de que quería hacer con mi vida, y menos aún de cómo la universidad me iba a ayudar a averiguarlo. Y me estaba gastando todos los ahorros que mis padres habían conseguido en toda su vida. Así que decidí dejarlo y confiar en que las cosas saldrían bien. En su momento me dio miedo, pero en retrospectiva, fue una de las mejores decisiones que nunca haya tomado. En el momento que lo dejé, ya no fui más a las clases obligatorias que no me interesaban y comencé a meterme en las que parecían interesantes. No era idílico. No tenía dormitorio, así que dormía en el suelo de las habitaciones de mis amigos, devolvía las botellas de Coca-Cola por los 5 céntimos del envase para conseguir dinero para comer, y caminaba más de 10 km los domingos por la noche para comer bien una vez por semana en el templo de los Hare Krishna, me encantaba. Y muchas de las cosas con las que me fui topando, al seguir mi curiosidad e intuición, resultaron no tener precio más adelante. Les daré un ejemplo: En aquella época la universidad de Reed ofrecía la que quizá fuese la mejor formación en caligrafía del país. En todas las partes del campus, en todos los posters, todas las etiquetas de todos los cajones, estaban bellamente caligrafiadas a mano. Como ya no estaba matriculado y no tenía clases obligatorias, decidí atender al curso de caligrafía para aprender cómo se hacía. Aprendí cosas sobre *serif* y tipografías *sans serif*, sobre los espacios variables entre las letras, sobre que hace realmente grande a una gran tipografía. Era sutilmente bello, histórica y artísticamente, de una de las formas que la ciencia no puede capturar y lo encontré fascinante. Nada de esto tenía ni la más mínima esperanza de aplicación práctica en mi vida. Pero 10 años más tarde, cuando estábamos diseñando el primer ordenador Macintosh, todo esto volvió a mí. Y diseñamos el Mac con eso en su esencia. Fue el primer computador con tipografías bellas. Si nunca me hubiera dejado caer por aquel curso concreto en la universidad, el Mac jamás habría tenido múltiples tipografías, ni caracteres con espaciado proporcional. Y como Windows no hizo más que copiar el Mac, es probable que ningún computador lo tuviera ahora. Si nunca hubiera decidido dejarlo, no habría entrado en esa clase de caligrafía y los computadores no tendrían la maravillosa tipografía que poseen. Por supuesto, era imposible conectar los puntos mirando hacia el futuro cuando estaba en esa clase, pero fue muy claro al mirar atrás diez años más tarde. De nuevo: No puedes conectar los puntos hacia adelante, solo puedes hacerlo hacia atrás. Así que tienes que confiar en que los puntos se conectaran alguna vez en el futuro. Tienes que confiar en algo, tu instinto, tu destino, la vida, el karma, lo que sea. Porque creer que los puntos se unirán te darán la

confianza de creer y seguir a tu corazón. Esta forma de actuar nunca me ha dejado tirado, y ha marcado la diferencia en mi vida.

La segunda historia es sobre el amor y la pérdida. Tuve suerte, supe pronto en mi vida que era lo que más deseaba hacer. Woz y yo creamos Apple en el garaje de mis padres cuando yo tenía 20 años. Trabajamos mucho y en 10 años Apple creció en ser sólo nosotros dos, a ser una compañía valorada en dos mil millones de dólares y 4.000 empleados. Hacia justo un año que habíamos lanzado nuestra mejor creación – e Macintosh – un año antes, y hacia poco que había cumplido los 30. Y me despidieron. ¿Cómo te pueden despedir de la empresa que tú has creado? Bueno, mientras Apple crecía contratamos a alguien que yo creía muy capacitado para llevar la compañía junto a mí, y durante el primer año, más o menos, las cosas fueron bien. Pero luego nuestra perspectiva en el futuro comenzó a ser distinta, y finalmente nos apartamos completamente. Cuando eso pasó la junta directiva estaba de su parte. Así que a los 30 yo estaba fuera. Y de forma muy notoria. Lo que había sido el centro de toda mi vida adulta se había ido, y fue devastador. Realmente no supe que hacer durante unos meses, Sentía que había dado de lado a la anterior generación de empleadores, que había soltado el testigo en el momento en que me lo pasaban. Me reuní con David Packard de (HP) y Bob Noyce de (Intel) e intenté disculparme por haberlo fastidiado tanto. Fue un fracaso muy notorio, e incluso pensé huir del valle (Silicon Valley) Pero algo comenzó a abrirse paso en mí – aún amaba lo que hacía. El resultado de los acontecimientos en Apple no había cambiado eso ni una pizca. Había sido rechazado pero aún estaba enamorado. Así que decidí comenzar de nuevo, No lo vi entonces, pero resultó ser que el que me echarán de Apple fue lo mejor que jamás me pudo haber pasado. Había cambiado el peso del éxito por la ligereza de ser nuevamente un principiante, menos seguro de las cosas. Me liberó para poder entrar en uno de los periodos más creativos de mi vida. Durante los siguientes 5 años creé una empresa llamada NeXT, otra llamada Pixar, y me enamore de una mujer asombrosa que se convertiría después en mi esposa. Pixar llegó a crear el primer largometraje animado por un computador Toy Story, y es ahora el estudio de animación más exitoso del mundo. En un notable giro de los acontecimientos, Apple compró NeXT, y yo regresé a Apple, y la tecnología que desarrollamos en NeXT es el corazón actual del renacimiento de Apple. Y Laureen y yo tenemos una hermosa familia. Estoy bastante seguro de que nada de esto habría ocurrido, si no me hubieran echado de Apple. Creo que fue una medicina horrible, pero supongo que el paciente la necesitaba. A veces la vida te da en la cabeza con un ladrillo. No pierdan la fe. Estoy convencido de que

la única cosa que me mantuvo en marcha fue mi amor por lo que hacía. Tienes que encontrar que es lo que amas, y esto vale tanto para su trabajo como para sus amantes. El trabajo va a llenar gran parte de sus vidas, y la única forma de estar satisfecho es hacer lo que consideres un trabajo genial. Y la única forma de tener un trabajo genial es amar lo que hagas. Si aún no lo has encontrado, sigue buscando. No se conformen. Como en todo lo que tiene que ver con el corazón, lo sabrás cuando lo hayas encontrado. Y como en todas las relaciones geniales, las cosas mejoran según pasan los años. Así que sigan buscando hasta que lo encuentren, No se conformen.

Mi tercera historia es sobre la muerte. Cuando tenía 17 años leí una cita que decía algo como: “Si vives cada día como si fuera el último, algún día tendrás la razón.” Me impresiono mucho, me marco, y desde entonces, durante los últimos 33 años, cada mañana me he mirado al espejo y me he preguntado: “Si hoy fuera el último día de mi vida, ¿querría hacer lo que voy a hacer hoy?” Y si la respuesta era “No” demasiados días seguidos, sabía que necesitaba cambiar algo. Recordar que voy a morir pronto es la herramienta más importante que haya encontrado para ayudarme a tomar las grandes decisiones de mi vida. Porque prácticamente todo, las expectativas de los demás, el orgullo, el miedo al ridículo o al fracaso, se desvanece frente a la muerte, dejando sólo lo que es verdaderamente importante. Recordar que vas a morir es la mejor forma que conozco de evitar la trampa de pensar que tienes algo que perder. Ya estas desnudo. No hay razón para no seguir a tu corazón. Hace casi un año me diagnosticaron cáncer. Me hicieron un chequeo a las 7:30 de la mañana y mostraba claramente un tumor en el páncreas. Ni siquiera sabía que era el páncreas. Los médicos me dijeron que era seguramente un tipo de cáncer incurable, y que mi esperanza de vida era de tres a seis meses y no más. Mi médico me aconsejó que vaya a casa y ponga todo en orden, forma médica para decir: prepárate para morir. Significa intentar decirles a tus hijos en unos pocos meses lo que les ibas a decir en 10 años. Significa asegurarte de que todo queda atado y bien atado, para que sea tan fácil como sea posible para tu familia. Significa decir adiós. Viví todo un día con ese diagnóstico. Luego, a la ultima hora de la tarde, me hicieron una biopsia, metiéndome un endoscopio por la garganta, a través del estómago y el duodeno, picharon el páncreas con una aguja para obtener algunas células del tumor. Yo estaba sedado, pero mi esposa que estaba ahí, me dijo que cuando vio las células en el microscopio, el médico comenzó a llorar porque resulto ser una forma muy rara de cáncer que se podía curar con una cirugía. Me operaron y ahora estoy bien. Esto es lo más cerca

que he estado de la muerte, y espero que sea lo más cerca que este de ella durante algunas décadas más. Habiendo vivido esto, ahora les puedo decir con más certeza que cuando la muerte era un concepto útil, pero puramente intelectual: Nadie quiere morir. Ni siquiera la gente que quiere ir al cielo, no quieren morir para llegar allí. Y sin embargo la muerte es el destino que todos compartimos. Nadie ha escapado de ella. Y así tiene que ser, porque la Muerte es posiblemente el mejor invento de la vida. Es el agente de cambio de la vida. Retira lo viejo y hace sitio a lo nuevo. Ahora mismo lo nuevo son ustedes, pero dentro de no demasiado tiempo, de forma gradual, se irán convirtiendo en lo viejo, y serán apartados. Siento ser tan dramático, pero es verdad. Su tiempo es limitado, así que no lo gasten viviendo la vida de otro. No se dejen atrapar por el dogma, que es vivir según los resultados de pensamientos de otros. No dejen que el ruido de las opiniones de los demás ahogue su propia voz interior. Y lo más importante, tengan el coraje de seguir su propio corazón y su intuición. De algún modo ellos ya saben lo que tú realmente quieres ser. Todo lo demás es secundario.

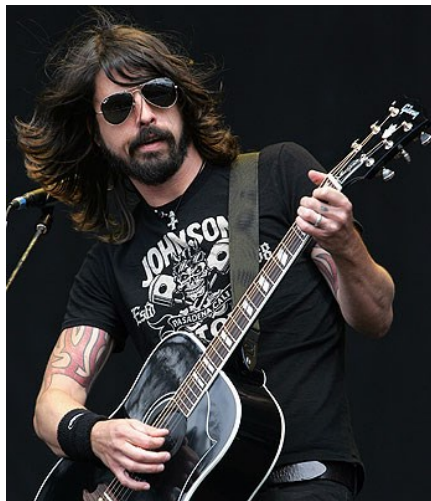
Cuando era joven, había una publicación asombrosa llamada The Whole Earth Catalog (Catalogo de toda la tierra), una de las biblias de mi generación. La creó un tipo llamado Stewart Brand, no lejos de aquí, en Menlo Park, y la trajo a la vida con su toque poético. Eran los últimos años 60, antes de las computadoras personales y la autoedición, así que se hacía con máquinas de escribir, tijeras y cámaras Polaroid. Era como Google con tapas de cartulina, 35 años de que llegara Google: era idealista, rebosada de herramientas claras y grandes conceptos. Stewart y su equipo sacaron varios números de The Whole Earth Catalog, y cuando llegó el momento sacaron un último número. Fue a mediados de los 70 y yo tenía su edad. En la contra portada de su último número, había una fotografía de una carretera por el campo a primera hora de la mañana, la clase de carreteras en la que te podrías encontrar haciendo autostop si son aventureros. Bajo ella estaban las palabras: Sigue hambriento, sigue alocado. Era su último mensaje de despedida. Sigue hambriento, sigue alocado. Y siempre he deseado eso para mí. Y ahora cuando se gradúan para comenzar de nuevo les deseo eso. Sigan hambrientos, sigan alocados. Muchas gracias”.

Anexo 11.

DISCURSO DAVE GROHL (2013)

Baterista de Nirvana, compositor, escritor, músico, cantante, artista, productor, arreglista, dueño de un sello discográfico, fundador de la banda “Foo Fighters”

En South by Southwest (SXSW en español Sur por Suroeste) es un evento que organiza congresos y conferencias de películas, medios interactivos y música,



Dave: “Gracias South By Southwest, por permitirme la increíble oportunidad de ser orador principal este año. Habiendo sido criado por un ex escritor de discursos políticos, y una ex maestra, está prácticamente escrito en mi ADN que tendría la insaciable necesidad de hablar en frente de un grupo de extraños y secarles el cerebro. Desde chico, los artículos de mi padre eran legendarios y frecuentes; grandes piezas de literatura que me acompañaron hasta este día y de hecho, me sirvieron para dar largos discursos a mí también.

No hace mucho me tocó sentarme con uno de mis oradores favoritos, el único e inigualable, Sr. Bruce Springsteen. Bruce, como se podrían imaginar, es un cálido, gracioso y brillante hombre y un maravilloso compañero de cena. Lo felicité por el espectacular discurso de año pasado, citando su perspicacia y su humor, y luego le dije que el orador principal de este año, era yo. Me miró fijo por un momento y rompió con esa sonrisa que todos conocemos y amamos, una sonrisa que podría iluminar un estadio completo. Luego, comenzó a reírse. ¡De mí! Como diciendo "que tengas suerte amigo". Pero, a decir verdad, no es la primera vez que alguien me lo dice. Así que uno de mis

grandes honores musicales, es haber sido elegido para compartir con ustedes lo que yo sé sobre la música. Entonces, ¿Yo qué sé? El músico es lo primero.

Mi madre siempre me ha dicho que yo nací para ser aplaudido, la mañana del 14 de Enero de 1969, en una pequeña sala de partos de Warren, Ohio, una clase de jóvenes doctores estaban ahí para presenciar su primer nacimiento. Cuando nací, el cuarto estalló en un aplauso. Mis primeros momentos en este mundo. Colgando boca abajo, cubierto de sangre, gritando mientras era nalgueado por un completo extraño. Tal vez fue la mejor preparación para ser un artista que vive de la música.

Ahora, antes de seguir debo agradecer a alguien. Tengo que agradecer a Edgar Winter, por permitirle a K-Tel Records elegir su legendario tema instrumental Frankenstein en su compilación de Blockbuster de 1975. Fue este disco, que compramos con mi hermana en la tienda al final de la calle y llevamos a casa para escucharlo en un tocadiscos de la escuela pública que mi madre pedía prestado los fines de semana. Fue este disco el que cambió mi vida. Un verdadero "¿Quién es quién?" de hits radiales de 1975. Pero no fue el tema de KC and the Sunshine Band: "That's the way, uh huh uh huh I like it" el que me hizo dar ganas de tocar la guitarra sucia y vieja de esa esquina. No. Y tampoco fueron "Please Come to Boston" de Dave Loggins, o "Fly Robin Fly" de Silver Convention los temas que me hicieron dar ganas de saltar dentro de una camioneta con mis amigos y dejar el mundo atrás por la música. No. Fue: Bam bam bam bam bam bam baaam. Fue un RIFF. Lo deje todo por un pinche RIFF. Aunque interesantemente, la canción es completamente instrumental. No tiene voz. Es batería, guitarras, teclados, percusión, cada uno alternando su solo en la canción, pero sin letra. Lo que yo en realidad escuchaba en esos solos, eran voces. Las voces de cada músico. Sus personalidades. Su técnica. Su sentimiento. El sonido de gente haciendo música con otra gente. Eso me inspiró a querer hacer lo mismo.

Así que, no pasó mucho tiempo hasta que tuve mi primera guitarra, una vieja Sears Silvertone con el amplificador armado dentro del estuche. Olía como un ático viejo lleno de moho y cables quemados, y sonaba como ese clip en *You tube* "cabras gritando como humanos" que anda dando vueltas ahora. ¡Búsquenlo, es divertidísimo! pero al instante se convirtió en mi obsesión. Era esa guitarra, y un libro de canciones de los Beatles que encauzaron mi vida en una dirección (referencia a "One Direction"). Sin tomar lecciones o directivas, quedé solo con mis propias capacidades y dediqué cada hora despierto a practicar. Se convirtió en mi religión. La tienda de discos, mi iglesia. Las estrellas de rock,

mis santos y sus canciones, mis himnos. Springfield, en Virginia, no era necesariamente conocido por ser cuna de rockeros. Una "carrera" de músico no me parecía posible. Parecía demasiado bueno para ser cierto. Seguramente las caras en mis posters de Kiss ¡no recibían dinero por hacer esto! Gene Simmons? ¡Imagínense! Pero eso nunca me importó. Porque finalmente encontré mi voz. Y era todo lo que necesitaba para sobrevivir en adelante.

La recompensa de tocar una canción de principio a fin sin equivocarme, bueno, eso podía bastarme por semanas. Descubrir un acorde nuevo, o una nueva escala podían hacerme olvidar de ese chico en la escuela que quería molerme a palos, o esa chica preciosa con brillo labial y ropa suave de la que me había enamorado y no me daba ni la hora. Me gustaba mi nueva voz. Porque sin importar qué tan fea sonara ¡era mía! No había nadie que me dijera qué estaba mal y qué estaba bien. Entonces no existía bien o mal. Por mucho que quisiera estar en una banda, ahí estaba, solo en mi habitación, día tras día con mis discos y mi guitarra, tocando durante horas. Armaba una batería con las almohadas en mi cama y tocaba las canciones hasta que, literalmente, caía sudor de los posters de Rush en la pared.

Eventualmente, aprendí a ser una banda de un solo miembro. Tomé mi guitarra y mi arruinada y vieja grabadora de cinta, puse un *cassette* en la grabadora, y apreté "grabar" (grababa una secuencia de acordes). Luego tomé ése *cassette*, lo puse en mi estéreo, tomé otro *cassette*, ponía éste último en la grabadora, "*play*" en el estéreo, "grabar" en la grabadora, y toqué la batería, (grababa la percusión de la misma secuencia de acordes) y tomé este *cassette*, lo puse en el estéreo.. "rebobinar"... "*play*" y ¡ahí estaba! a los 12 años, grabando canciones multipista en mi habitación. ¡Yo solo! Para mi disgusto, lo que obtuve no llegó a ser como "Sgt. Peppers" sino una colección de temas sobre mi perro, mi bicicleta y mi papá. Sin embargo, lo había hecho por mí mismo. Así que la recompensa era aún más dulce. De todas formas, todavía necesitaba compartir con otra gente esta nueva obsesión. Eventualmente, encontré un chico en mi barrio con una batería. Luego encontré otro en la misma calle con un bajo. Luego uno con un sótano, y juntos conocimos a un chico del otro lado del pueblo con un viejo sistema de audio. Luego de varias juntadas incómodas, teníamos una banda. Primer obstáculo, superado. Cuando preguntaron por el nombre de la banda al anotarnos para la batalla de las bandas en la escuela, nos anotamos como los "Sin Nombre". Simplemente no se nos ocurrió nada mejor que eso. Por cierto, encontrar un buen nombre para una banda es lo más difícil. ¡Sépanlo! ¡Foo Fighters es el nombre más estúpido del mundo! Obstáculo dos, esquivado. Esa noche, "Foot Loose" de

Kenny Loggins nunca sonó más fuerte. Desafortunadamente, nuestra apuesta tan entusiasta no mereció el título de "mejor banda" en la escuela Thomas Jefferson, pero continuamos. Condenadamente intentamos tocar Bowie, Zeppelin, Who, Cream, Kinks, Hendrix. Incluso tocamos "Time I son My Side" de los Rolling Stones en un hogar de niños.

Y entonces, me fui a Chicago. Era 1982, y del sueldo de maestra pública de mi madre, la familia arregló un viaje a la gran ciudad de Chicago para visitar a nuestros parientes que vivían en un suburbio al norte, justo en el lago. Metimos todo lo que pudimos en nuestro pequeño Ford Fiesta azul claro y partimos. Una semana y media de nadar y comida italiana eran el plan, sin embargo, al llegar, el matiz del viaje se definió al instante. Mi prima más grande, Tracey, ahora era una "punk rocker". Al principio la oí bajar las escaleras. El tintineo de las cadenas, el estruendo de la pisada de sus botas pesadas, el sonido de una campera de cuero crujiendo como un barco viejo. Y luego la vi. Con la cabeza rapada, pantalones y remera rotos.. Era como un maldito súper héroe, pero en mi vida! Algo que sólo había visto en el show "Quincy or Chips". Mi corazón se aceleró. Mis ojos se abrieron gigantes. Mi garganta se contrajo. Me quedé parado ahí, sin habla, pasmado. Tracey fue mi primer héroe. Me llevó arriba a su habitación y me mostró su increíble colección de discos. Pilas sobre pilas de singles y LP's de 7", con nombre que nunca antes había escuchado, como: The Misfits, Bad Brains, Minor Threat, Dead Kennedys, The Germs, Flipper, The Circle Jerks, Discharge, Crass, Conflict, Black Flag, White Flag, Void, Faith, The Dicks, The Dickies, The Minutemen, The Adolescents, The Ramones, The Big Boys, GBH, DRI, SOA, DOA, MCD, MIA, CIA, Crucifix, Crucifucks, X, X-Ray Spex, Wire, Sex Pistols, The Buzzcocks, Rights of the Accused, The Necros, Fang, Government Issue, The Descendants.. Me senté a escuchar cada uno de ellos. Éste fue el primer día del resto de mi vida.

Esa noche fui a mi primer "concierto". Aunque no fue en una arena, era un pequeño, lúgubre agujero en la pared, cruzando la calle, directo desde Wrigley Field, llamado The Cubby Bear. Y no fue una banda de la que hubiera escuchado algo antes. Era una banda de punk local de Chicago, que se llamaba Naked Raygun. Con el "uno, dos, tres, cuatro" la banda saltó al escenario, haciendo el más feroz ruido, había cuerpos volando por todos lados, escupitajos, sudor, cuero, volumen, vidrios rotos y vómito. Estaba en el cielo!! Y era nuestro secreto. Al día siguiente me llevé los discos de L to Wax. Compré una remera de Killing Joke y la banda de sonido de "The Decline of Western Civilization". Me había

convertido. No era más uno de "ustedes", era uno de "nosotros". Pero, más que el ruido, la rebelión y el peligro, era la determinación de estas bandas de haberse removido de las estructuras convencionales y populares, y la red "invisible" que soportaba su independencia musical, lo que fue verdaderamente inspirador para mí.

A los 13 años, me di cuenta que podía formar mi propia banda, componer mis canciones, grabar mi disco, fundar mi propio sello discográfico, vender mi propio disco, cerrar mis tratos para los shows, escribir y publicar mi propia revista, fabricar mis remeras. ¡Podía hacer todo esto por mí mismo! No había bien o mal, porque eran mis decisiones. De vuelta en Washington, D.C. me sumergí de lleno en la escena del punk local. No sabía que la música más prolífica y de mayor influencia en el país estaba justo en mi patio, en Washington D.C. Minor Threat, Bad Brains, Scream. Estas bandas locales eran ahora mis Beatles, mis Stones, mis Zeppelin, mis Dylan. Y éstos eran los malditos años de Reagan, así que la música de protesta estaba en la cabeza. Mi primer show de punk de vuelta en casa lo tuve en el marco del "Rock Against Reagan Concert", el 4 de Julio de 1983. Con el escenario construido en la base de las escaleras del Lincoln Memorial, en el día de la independencia, fue la receta para el desastre. Setecientos mil campesinos descalzos de Maryland y Virginia con remeras de Lynyrd Skynyrd y Judas Priest, jeans lavados a mano y bandas, juntándose en la capital de la nación para ver los fuegos artificiales, heladeras llenas de cerveza y licor Southern Comfort. Sólo para ir a escuchar a los texanos Dirty Rotten Imbeciles cantar su canción "I Don't Need Society"; Salió tu número, debes ir El Sistema dice "Te lo dije". Apretados en un tren como camión de ganado, enviados para masacrar en un batalla inútil, cientos de nosotros enviados para morir, sin nunca saber realmente por qué, a la m!#%@ el sistema, ¡no pueden tenerme! No necesito a la sociedad. No necesito a la sociedad.

Los disturbios estaban aguardando su lugar. De hecho ese día me llevé a casa ese álbum, se lo compré al cantante en su camioneta. Era una cinta de 7" de 33 canciones. Guardada en una funda casera. Hasta este día, es una de mis posesiones más preciadas. Cuando se hizo de noche y los legendarios Dead Kennedys subieron al escenario, el cantante Jello Biafra señaló y gritó al monumento a Washington, "El gran Klasman en el cielo, con sus dos ojos rojos parpadeantes" bueno.. Eso fue todo. El volcán por fin estalló. Helicópteros sobrevolando las cabezas, luces direccionadas al público mientras los policías montados se abrían paso a los garrotazos entre los punks. Era salido del apocalipsis. ¡Este era mi

Woodstock! Este era mi Altamont. Esto era rock & roll, sin importar que remera usaras o qué corte de pelo llevaras. ¡Esto era real! Yo hervía por dentro. Estaba poseído y exaltado, inspirado y enfurecido, y tan enamorado de la vida y de la música que tenía el poder de iniciar ese tremendo disturbio, o una emoción, o comenzar una revolución, o sólo salvar la vida de un chico.

Así que formé una banda, me salí del secundario y tomé la carretera. Me morí de hambre. Me sangraron las manos. Si dormía, dormía en los pisos o en los escenarios, o en el piso ¡debajo de los escenarios! Y amé cada minuto de ello. Porque era libre. Y quería iniciar una rebelión, o una emoción, o una revolución, o salvarle la vida a alguien inspirándolo a tomar un instrumento como yo lo hice desde niño. Quería ser el Edgar Winter de alguien. Quería ser el Naked Raygun de alguien. Quería ser el Bad Brain o el Beatle de alguien. Porque esa era la recompensa. Esa era la intención. Tocábamos ese tipo de música, así que nos dejaron solos. No había oportunidad de una carrera. No había salón de la fama. No había trofeos. No había tarjetas para comprar cenas costosas en Benihana. Nuestra recompensa era saber que habíamos hecho todo esto gracias a nosotros mismos y que era real.

Pero inevitablemente no pasó mucho tiempo hasta que me encontré atrapado en una situación difícil en Hollywood, sin un centavo a mi nombre y sin poder ir a casa, hecho trizas en una choza de Laurel Canyon, con un grupo de luchadoras de barro. No pregunten. Eso es una historia para conferencia totalmente diferente. Y ahí fue donde escuché las 5 palabras que cambiaron mi vida: "¿Has escuchado hablar de Nirvana?" Los Nirvana eran uno de "nosotros". Criados con Creedence, Flipper, los Beatles, Black Flag y parecían compartir los mismos ideales, las mismas intenciones. Pero tenían algo más. Tenían canciones. ¡Tenían a Kurt! Lo que no tenían, era un baterista. Así que, sin dudarlo, empaqué la batería en una gran caja para mudanzas U-Haul, agarré mi bolsa de dormir y volé a Seattle. Practicábamos en un granero. Todos los días. Era todo lo que teníamos. No había sol, ni luna. Sólo era... el granero. Y esas canciones. Kurt sin duda había encontrado su voz. Cada ensayo arrancaba con una improvisación libre, que nos servía como ejercicio de dinámica y colaboración/comunicación musical. Nos hablábamos sin palabras. En realidad la comunicación verbal nunca fue el fuerte de Nirvana, así que nos comunicábamos con los instrumentos. Y la combinación de nuestras 3 voces resultó en un sonido que eventualmente captó la atención de una compañía discográfica importante. O

diez compañías importantes.

De repente, nos encontramos inmersos en una puja entre tipos de A&R de Fred Seagal, y promotores radiales de hits, con armarios llenos de cajas de obsequios y reservas en el Benihana todas las malditas noches. En una reunión después de tocar el demo de nuestra canción "In Bloom" en la oficina de Nueva York de Donny Eiener, éste le pregunta a Kurt: "Entonces, ¿Qué es lo que quieren?" Kurt relajado sobre su silla, miró a Donny sentado detrás de su gigante escritorio de roble y le dijo: "Queremos ser la banda más grande del mundo." Yo me reí. Pensaba que estaba molestando. ¡Pero no! Ahora bien, tienen que recordar en qué época de la música nos encontrábamos.

Éste es el top ten de la Billboard de 1990: 10. Jon Bon Jovi, "Blaze of Glory" 9. Billy Idol, "Cradle of Love" 8. En Vogue, "Hold On" 7. Phil Collins, "Another Day in Paradise" 6. Mariah Carey, "Vision of Love" 5. Madonna, "Vogue" 4. Bel Biv Devoe, "Poison" 3. Sinéad O'Connor, "Nothing Compares 2U" 2. Roxette, "It Must Have Been Love". Y como canción número uno de 1990. Wilson fucking Phillips, "Hold On" ¿Cómo Kurt siquiera pensó que haríamos algo de ruido en este ridículo y dominante papel de la música pop en la industria? Simplemente me superaba. Nos superaba a todo. No tenía ningún sentido. Era simplemente inimaginable. Era el tipo de aspiración vacía y superficial que habíamos sido condicionados a rechazar, que terminó por hacernos olvidar de otra intención más de ser nosotros mismos. O sea, la misma definición de la palabra "Nirvana" en el diccionario es: "un lugar o estado caracterizado por la libertad de o desde el olvido del dolor, preocupación y el mundo exterior". Siempre habíamos quedado abandonados a nuestras capacidades como músicos, día tras día en ese viejo granero. Hicimos todo nosotros mismos. ¿Qué necesitábamos nosotros de ese mundo?

Un par más de ejecutivos de A&R con zapatos elegantes, algunas cajas de obsequios, algunas cenas más en Benihana y cerramos el trato. Siguiendo los pasos de nuestros héroes de Sonic Youth, firmamos con la compañía de David Geffen, tiramos todo en la caja de nuestra vieja Chevy y nos dirigimos directo a Sound City. Dieciséis días. Trece temas. Estábamos acostumbrados a grabar 16 temas en ¡un día! Ésta era la buena época. Todos esos días fríos, lluviosos, invertidos en el granero, destripando esas canciones, hablando entre nosotros sin palabras, buscando nuestra voz, había sido todo... para esto. Cuando paramos en el estacionamiento de Sound City, instantáneamente me di cuenta de que este no era el grande y lujoso estudio de grabación de Hollywood que imaginaba. Para nada.

Era un agujero. Era un depósito ensamblado que se había llovido, quemado, en un complejo de galpones, en lo profundo del caluroso San Fernando Valley, a millas de distancia de cualquier Fred Segal o Benihana. ¡Era perfecto! Famoso por *albums* como *After the Gold Rush* de Neil Young, Fleetwood Mac de Fleetwood Mac, *Damn the Torpedoes* de Tom Petty, *Heaven Tonight* de Cheap Trick, *Working Class Dog* de Rick Springfield. ¡Era suelo sagrado! Pero parecía como si nadie hubiera limpiado el lugar desde que Lindsey Buckingham y Stevie Nicks deambulaban por ahí. ¡Alfombras marrones en la pared! Un sillón que estaba alquilando desde hacía 10 años. Personalmente, yo pensé: “parece como un Chi Chi’s que se quemó”. Pero luego de escuchar la primera toma de “In Bloom”, instantáneamente comprendimos el legado de Sound City. Esa sala, y esa vieja consola Neve capturaron algo. Algo que nunca antes habíamos escuchado. No sonaba como el primer álbum, *Bleach*. No sonaba como la *Peel Sessions* que habíamos grabado para la BBC, o el single “Silver”, o ningún otro demo. No. Sonaba como *Nevermind*. Era el sonido de tres personas tocando como si sus vidas dependieran de ello. Como si hubieran esperado toda la vida para que ese momento fuera capturado en una cinta de 2”.

Después de una semana en Sound City, por alguna razón, comencé a preocuparme porque no había visto a nadie de la discografía acercarse a escuchar lo que estábamos haciendo. Llamé a mi manager, Jomh Silva, y pregunté: “¿Deberíamos preocuparnos? Su respuesta inmediata fue: “¡Claro que no! ¡Deberían estar felices! ¡No querían ver a esos imbéciles ahí!” Como siempre, tenían razón. Y nos dejaron solos. Al igual que nosotros no podíamos imaginar hacer el menos escándalo en la actual escena, nadie más podría haber imaginado que eso sucediera. La tirada inicial de *Nevermind* fue de alrededor de 35 mil copias. Lo suficiente, según su estimación para que circulara un par de meses.

Bastante buena impresión de las expectativas que tenían. Bueno... esa tirada se acabó en unas semanas. En un mes se convirtió en disco de Oro. Para Navidad, el álbum llegó a Platino. Para el año nuevo, estábamos vendiendo 300 mil copias por semana. Ese ruido que pensábamos tan inimaginables, se había convertido en un maremoto. Realmente nunca entendí por qué sucedió así. ¿El tiempo correcto? Tal vez, ¿Legiones de jóvenes americanos se malacostumbraron con Wilson Phillips? Probablemente. Pero me gustaba pensar que lo que el mundo oyó en la música de Nirvana fue el sonido de tres humanos, tres personalidades diferentes, sus inconsistencias y sus imperfecciones, expuestas con orgullo para que todos escuchen. Tres tipos que habían sido abandonados a sus cualidades,

sus vidas enteras, para encontrar sus voces. Era honesto. Era puro, y era REAL. Hasta ese punto, nadie me había dicho como tocar, o qué tocar. Y ahora, ¡nadie lo hará jamás!

Seguido a Nevermind, In Utero fue excelente ejemplo de esto. Doce canciones grabadas prácticamente en vivo en unos días por un productor no reconocido y considerado como un terco en la industria de la música, Steve Albini. Realmente era el sonido de una banda “en un lugar o estado caracterizado por la libertad de o desde el olvido del dolor, preocupación y el mundo exterior”- Ahora éramos nosotros que teníamos el poder. Ya no éramos Nirvana. Éramos Nirvana. Ahora debes dejarnos solos. ¿El chico retraído que heredó el castillo? Tal vez. Aunque más cerca de Lord Of The Flies con guitarras distorsionadas. ¿Pero, a dónde seguimos desde ahí?

Como artista surgido en la sofocante ética del under punk, condicionado a rechazar la comodidad, resistir toda influencia corporativa y expectativa ¿Hacia dónde vas? ¿Cómo lidias con ese tipo de éxito? ¿Cómo definir el éxito? ¿Sigue siendo la recompensa de tocar una canción de principio a fin sin cometer errores? ¿Sigue siendo encontrar ese nuevo acorde, o escala que te hace olvidar tus problemas? ¿Cómo procesas el ir desde ser uno de “nosotros” a ser uno de “ellos”? La culpa. La culpa es cáncer. Te atrapa, te tortura, te destruye como músico, como artista. Es una pared. Es un agujero negro. Es un ladrón. Te aleja de ti mismo. ¿Recuerdan aprender su primera canción, o *riff*, o escribir sus primeras letras? O había culpa entonces ¿Recuerdan cuándo no había bien o mal? ¿Recuerdan la simple recompensa de solo tocar música? Todavía son, y siempre serán, esas personas en el fondo. El músico. Y el músico, viene primero. ¡Nada de placeres culposos! ¿Por qué no sólo placer?

Puedo decir, sinceramente que Gangnam Style es una de mis canciones preferidas de la década pasada. ¡Lo es! ¿Es mejor o peor que el último álbum de Atoms for Peace? Si tan sólo tuviéramos un panel de celebridades como jurado para decidir eso por nosotros. ¿Qué haría J-Lo? “Pagimg Pitch Fork, ¡pasen pasen! Pitch Fork, ¡necesitamos ayuda para determinar el valor de una canción!” ¡A quién carajos le importa! ¿Quién decide cuál es una buena voz y cuál no? ¿Los de “La Voz”? Imaginen a Bob Dylan ahí parado cantando “Blown in The Wind” al frente de Christina Aguilera. Me parece que suena un poco nasal y áspero.” ¡Es tu voz! Atesórala, respétala, nútre-la, desafíala, exígela y grita hasta que no puedas más. Porque cada uno es bendecido con algo, y eso quién sabe cuánto va a durar.

Cuando Kurt falleció, estaba perdido. Estaba paralizado. La música a la que le había dedicado mi vida me había traicionado. No tenía voz. Apagué la radio, guardé mi batería. No podía soportar escuchar la voz de alguien cantar sobre dolor, o alegría. Porque dolía demasiado. Pero eventualmente, ese sentimiento que tenía aquel día de la independencia de 1983, en la base de las escaleras del Lincoln Memorial, ese sentimiento regresó. El mismo que me hizo sentir poseído y embravecido, inspirado y enfurecido, tan enamorado de la vida y la música que tenía el poder de incitar una rebelión, o una emoción, o comenzar una revolución, o sólo salvar la vida de un chico. Lo sentí de nuevo. Encontré un estudio bajando la calle. Reservé seis días. Cargué todos mis equipos en el auto, compré un buen y fuerte café, y volví a trabajar. Catorce canciones en cinco días, con un solo día para mezclar. Toqué cada instrumento, corriendo desde la batería, la guitarra, la máquina de café. Al bajo, al micrófono de voces, a la máquina de café. De vuelta a la batería, de vuelta a la máquina de café. Aquí vamos de nuevo, en soledad a mis capacidades, con nadie que me diga si está bien o mal, la misma banda “de un hombre” de hace 20 años atrás, 20 años después grabando las pistas por sí mismo. Aunque lejos quedaron las grabadoras y las canciones sobre mi perro, mi bicicleta y mi padre. Estaba escribiendo canciones sobre volver a empezar. Y tal vez, algunas sobre mi padre... Grabé 100 *cassettes*. Le di el nombre de “Foo Figthers” `para que la gente imaginara que era un GRUPO, en vez de un adicto al café saltando de un instrumento a otro. Se los di a amigos, parientes, personas en las estaciones de servicio. Estaba empezando de nuevo. No tardó mucho en aparecer la primera llamada. Un tipo de A&R. La cinta estaba circulando. Esos seis días que pasé solo en el estudio y que consideré como un demo, un experimento, ¡que consideré como maldita terapia! Pensaron que era un disco, y ¡yo ni siquiera tenía una banda!

Llamé a una amiga y brillante abogada, Jill Berliner, para pedirle consejos. ¿Saben lo que me dijo? “El músico está primero”. Fundé mi propio sello discográfico, Roswell Records. Así es damas y caballeros, están observando al presidente de una compañía discográfica. Luego de que pasara todo esto, en el fondo seguía siendo el mismo chico de 13 años, dándome cuenta de que podía hacer mi banda, podía escribir mis canciones, podía grabar mi disco, podía fundar mi propio sello, podía vender mi disco, podía arreglar mis giras, podía escribir mis revistas y publicarlas, podía hacer mis remeras. Podía hacer todo esto por mi cuenta. Tal vez era un mundo totalmente diferente ahora pero una vez más, no había ni bien ni mal. Porque era todo mío. Desde el primer día, Foo Fighters ha tenido la fortuna de existir dentro de este perfecto ambiente. Nosotros escribimos nuestras canciones,

nosotros las grabamos, nosotros hacemos nuestros discos, nosotros decidimos cuándo el disco es el disco, el disco es nuestro y vamos a dejarte usarlo por un tiempo, pero lo tienes que devolver, porque es mío. Porque yo soy el músico y yo estoy primero. Tengo que creer que la razón por la que estoy frente a ustedes hoy es exactamente esta. ¿Soy el mejor baterista del mundo? Seguramente que no. ¿Soy el mejor cantante-letrista? ¡Ni siquiera lo soy en esta habitación! Pero me he quedado solo para encontrar mi voz.

Desde ese día que escuché Frankenstein de Edgar Winter. Recientemente, he dirigido un documental sobre el estudio donde grabamos Nevermind, hace 20 años: Sound City. En la película no sólo contamos la historia de este agujero maravilloso. Sino que también exploramos la tecnología y lo que nosotros llamamos el “elemento humano” de la música... ¿Cómo coexisten estos conceptos? No existe bien o mal. Sólo existe tu voz. Tu voz gritando a través de una vieja consola Neve 8028, tu voz cantando desde una laptop, tu voz haciendo eco desde una esquina, un sello, una bandeja, una guitarra. No importa. O que más importa es que es tu voz. Atesórala, respétala, nútrela, desafíala, exígela y grita hasta que no puedas más. Porque cada uno es bendecido con, por lo menos, eso y quién sabe cuánto va a durar. Está ahí, si lo quieres. Ahora, más que nunca, la independencia como músico ha sido bendecida con el avance de la tecnología, haciéndolo más fácil para cualquier músico joven inspirado, a formar su banda, escribir sus temas, grabarlos en un disco, organizar sus shows, escribir y publicar sus artículos aunque creo que ahora lo llaman un ¿”Blog”? ahora más que nunca, tu puedes hacerlo, puede ser todo tuyo. Y librado a tus capacidades, puedes encontrar tu voz.

Recientemente, legué a casa con un set de vinilos de los Beatles. Es increíble, es del tamaño de una valija Tumi, pesa 23 kilos. Mientras entraba a la casa, mis hijas Harper (3) y Violet (6) miraron y preguntaron “¿Qué es eso?” y les dije “¡Son todos los discos de los Beatles!” He pasado varias horas lavándoles el cerebro con los Beatles. Ellas están bien, para que lo sepan ¡Es buena música! Igual les pongo “Fresh Beat Band” cada tanto pero, ¡esto es vinilo! Nunca lo habían visto. Preparé el tocadiscos en su habitación, abrí la caja y les comencé a enseñar cómo se hacía: “Ok, Sacan el disco fuera del estuche, en este lado están estas canciones, con cuidado ponen el disco en la bandeja, despacio bajan la púa, ¡Cuidado!” Estaban absolutamente pasmadas. Me fui de la habitación, volví en media hora, y ahí estaban, bailando con “Get Back”, las portadas de los discos por todos lados ¿Les suena conocido? A todos nos ha pasado. Y como padre orgulloso, rezo por que algún día

ellas queden libradas a sus capacidades, que se den cuenta que el músico está primero, y que ellas encuentren su voz. Y que ellas se conviertan en el Edgar Winter de alguien. Que ellas sean los Beatles de alguien. Que ellas inciten una rebelión, o una emoción, o comiencen una revolución, o salven la vida de alguien. Y ellas se conviertan en el héroe de alguien. Pero de nuevo, ¿Yo qué sé?” ¡Muchísimas gracias por su tiempo!

Anexo 12.

RADIO DISNEY 90.5 FM

Información gracias a: José Carlos Martínez (2013)

Segmento: “Familiar”

Eslogan actual: “Es lo que quieres sentir”

Logo:



Fuente: Página oficial de Radio Disney

Tipo de Música: POP

Artistas ecuatorianos que están en la radio: Juan Fernando Velasco, Mirella Cesa, Daniel Betancourt, Fausto Miño, Tercer Mundo, David Cañizares, Nikki Mackliff, Au-D, Verde 70, Carla Canora, Israel Brito, Johana Carreño.

Porcentaje de rotación de artistas ecuatorianos: 30%

¿Qué se necesita para entrar a su radio?

Que el tema este posicionándose en el mercado, ya tiene que estar sonando, el público tiene que pedirlo.

Eslogans anteriores: “We're all ears” Somos todo oídos.

"Music and prizes that rock" "Música y premios que rockean".

"Your music, your way!" ¡Tu música, tu manera!

Radio Disney Latinoamérica es una cadena de radio propiedad de The Walt Disney Company Latinoamérica, que se transmite en varios países de América Latina. La estación está dirigida principalmente a chicos y adolescentes.

Radio Disney se encuentra disponible en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Paraguay, República Dominicana y Uruguay.

Radio Disney ha empezado a organizar shows en vivo como por ejemplo:

Radio Disney en vivo Ecuador, es un gran show musical. Un gran evento con varios artistas, se puede apreciar varias presentaciones emocionales gracias a la cercanía del espectador con sus artistas y la interacción del público con los contenidos que elabora la radio día a día.

El tour, que comenzó en Buenos Aires en 2011 y seguirá recorriendo diversos países de Latinoamérica para una experiencia en vivo inolvidable.

El show contará con las actuaciones en vivo de Carlos Baute, Axel, Miranda y Mirella Cesa, así como la participación sorpresa en pantalla de artistas y estrellas de la música.

RANKING RADIO DISNEY LATINOAMÉRICA	
1	One Direction One way or another
2	Demi Lovato Heart Attack
3	Daddy Yankee Limbo
4	Violetta Hoy somos más
5	Taylor Swift We are never ever getting ba...

Fuente: Página oficial de Radio Disney

RADIO ONDA CERO 103.3

Información gracias a: Luis Villacís, Jefe de producción de radios (2013)

Eslogan: “A esa musiquita que no te gusta ponle cero”

Logo:



Fuente: Página oficial de Onda Cero

Segmento: Juvenil

Tipo de música: Pop rock, anglo, dance, latinos, pop tropical, baladas.

Radio ecuatoriana. Música juvenil.

Artistas:

¿Cuáles artistas Ecuatorianos rotan en la radio?

Fausto Miño, Verde 70, Venerpia, Israel Brito, Sergio Sacoto, Mirella Cesa, Au-D, Daniel Paez, Caalú.

¿Qué se necesita para sonar en su radio?

Calidad, buena producción de la pista, instrumentalización. Género musical, por obvias razones no puede ser pasillos, ni tampoco salsa, no rocoleras. Se da preferencia a géneros pop y rock comercial.

Sintonía en el país

Guayaquil 96.1 MHz, Quito 103.3 MHz, Sto. Domingo 103.7 MHz, Salinas 88.1 MHz, Quevedo 97.9 MHz, Manabí 100.5 MHz, Machala 97.9 MHz.

RADIO LA BRUJA 107.3

Información gracias a: Jackeline Enríquez (2013)

Segmento: Todo público

Eslogan: “La radio del Ecuador”

Logo:



Fuente: Página oficial de la bruja

Tipo de música: Rock, pop en inglés, música ochentera, Rock clásico.

¿Cuáles artistas ecuatorianos rotan en su radio?

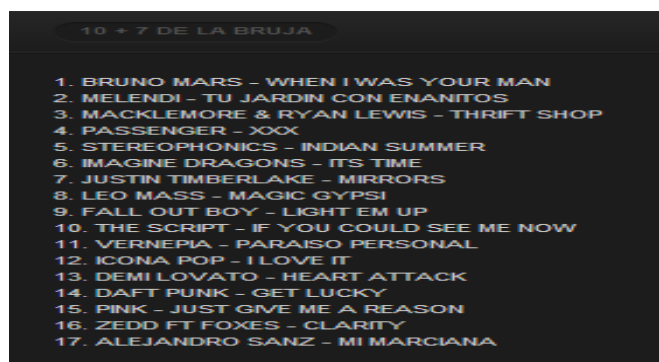
Venerpia, Daniel Paez, Mirella Cesa, Daniel Betancourt, Animal Inside, BiornBorg, Leo Mass, Juan Fernando Velasco, DRE, Stich, Álvaro Sierra.

Porcentaje de rotación 30%

¿Qué se necesita para sonar en la radio?

Se debe mandar el demo al señor Ricardo Cueva y si es de su agrado este pasa en la radio. El Género debe ser de acuerdo a los que se maneja la radio Pop y Rock comercial.

TOP 10 + 7



Fuente: Página oficial de “La Bruja”

16/107

14.9% Artistas Ecuatorianos

32/107

29.9% Música en Español

70% Música en Inglés

RADIO LA METRO 88.5

Información gracias a: Diego Tite (2013)

Eslogan: “Tu radio con actitud”

Tipo de música: Rock, anglo, especialmente en inglés, alternativa, reggae.

Logo:



Fuente: Página oficial de *facebook* de la metro

La "metro estación", en junio del 2013 cumplió 17 años de transmisión en fm ecuatoriano, cubriendo con su señal el territorio nacional a través de las frecuencias: 88.5 para Pichincha, 95.7 para Guayas, 106.5 para Azuay y www.lametro.com.ec online para todo el mundo.

En 1996 la estación inició con programaciones especiales como la guerra dj, uno de los programas más escuchados en aquel entonces, junto a Fernando Chalá y el recordado personaje Macario Guerrero.

14 años de historia que se han construido en La Metro. Premios, concursos y aventuras que hemos sorteado con el tiempo.

Claro la batería de “Sobrepeso”, el auto de “Cruks en karnak”, la chamarra de “Defleppard”, la guitarra de “Aerosmith”, de “Cannibalcorpse”, “Therion”, “Brujeria”, “DeepPurple”, “Molotov”, el teclado de los “The Doors”, el bajo de “Misfits”, la guitarra de “Jaguares”, de “Guns n’ Roses”, “Los Headphones” de “Paul Van Dyk”, el tour para ver a “Metallica” en concierto a Bogotá (Colombia). (Radio la metro 2013)

RADIO EXA FM 92.5

Información gracias a: Carolina Muñoz (2013)

Segmento: Público juvenil en la tarde, público un poco más maduro en la mañana

Eslogan actual: “Sobre todas las cosas ponte Exa”

Logo:



Fuente: Página oficial de Radio Exa

Tipo de Música: Pop, Pop rock, Rock, Baladas y un poco Urbano.

Artistas ecuatorianos que están en la radio: Juan Fernando Velasco, Fausto Miño, Mirella Cesa, Israel Brito, Douglas Bastidas, Daniel Paez, Daniel Betancourt, Sebastián García, Guanaco, Gerardo Mejía, Equilivre, Rock Vox, Animal Inside, Papa Chango, Caalu.

Porcentaje de rotación de artistas ecuatorianos: 30%

¿Qué se necesita para entrar a su radio?

El sencillo debe ser aprobado por Álvaro Rosero el director de la radio, es preferible que el sencillo sea pop.

Radio Exa

Esta radio es una cadena mexicana. Una estación que es patrocinada por la cadena MVS Radio, que es la empresa oficial. La primer estación de frecuencia modulada de esta emisora, se originó en la ciudad de México DF, de ahí tuvieron un impacto muy fuerte en el país. En la actualidad cuentan con más de 30 estaciones de Exa en todo México, Centroamérica y América del Sur. Esta estación transmite generalmente música pop en español y en inglés.

El Exametro Ecuador

Las 10 canciones más solicitadas en EXA FM Ecuador



Fuente: Página Oficial de Radio Exa

17 artistas animarán el concierto EXA

De Ecuador. El cantante nacional Darío Castro llegará como invitado a la quinta edición del Festival Exa. Allí cantará Tanto ganas, tanto pierdes.

Redacción Espectáculos Martes 21/06/2011

La quinta edición del Festival Exa está lista. El espectáculo artístico se realizará mañana, a partir de las 14:00, en el coliseo General Rumiñahui, en el norte de Quito (La Vicentina). Sobre ese escenario 17 artistas nacionales e internacionales deleitarán al público con temas en diversos géneros. Entre ellos: pop, baladas, cumbia, salsa, rock. Para esta edición, los organizadores del Festival han decidido invitar “como atracción del show” a Dulce María, ex integrante de la banda RBD; Servando y Florentino; y al grupo mexicano Mercurio. Este último volverá a cantar después de 10 años de ausencia. En el reencuentro, los músicos tienen previsto entonar temas que los catapultaron a la fama en la década de los noventa como Explota corazón, Amiga, Enamoradísimo, Bye Bye Baby, entre otros. Mientras que Dulce María cantará temas de su nuevo material, en el que trabajó después de separarse de la banda de pop. Al día siguiente de su presentación, la artista mexicana tiene previsto visitar el patio de comidas del Centro Comercial Iñaquito para saludar a sus fans. Según Paola Díaz, de Universal Music, la cantante mexicana firmará autógrafos a los asistentes. En el espectáculo musical también se espera la llegada de Motel, Joey Montana, Marco di Mauro, Patty Cantú, Juan Pablo Bernal, Nicolás Mayorca, Don Tetto, J Balvin, entre otros. Entre los talentos nacionales estarán Darío Castro, Daniel Páez, Douglas Bastidas (ex Tranzas), AU-D, Prime Minister y Caalú. La organización del concierto dio a conocer que el día del show no se venderá entradas. Los boletos para el ingreso de los fanáticos se entregaron en días anteriores en las instalaciones de la radio organizadora. Allí, los espectadores canjearon sus entradas por envolturas de varias marcas. Durante el show, además de entonar su repertorio, los artistas hablarán de la necesidad de ayudar al medioambiente. Ese también es uno de los objetivos del festival que se realiza por quinto año. Con esa misión, los organizadores visitaron diversos colegios de la ciudad. A cambio de entradas, los estudiantes debían presentar un proyecto enfocado en el reciclaje de los desechos. (El Comercio, 2011)

RADIO ALFA

Información gracias a: Fernando Heredia (2013)

Segmento: Juvenil de 17 – 25 años

Eslogan: “Somos amigos”

Logo:



Fuente: Página oficial de Alfa Radio

Tipo de música: TOP POP, electro pop.

¿Cuáles artistas ecuatorianos rotan en su radio?

Mirella Cesa, Fausto Miño, Au-D, DRE, Taniel, Electro Movimiento. No ponen música romántica entonces Juan Fernando Velazco no entró.

Porcentaje de rotación: 30%

¿Qué se necesita para sonar en la radio?

Tiene que ser una producción de buena calidad, canciones que se adapten al género, pueden hacer una nueva versión de la canción como hizo Fausto Miño o Au-D la misma canción en varias versiones, para que puedan sonar en varias radios.

Tiene que haber calidad de sonido, porque si no suena mal al aire y perdemos los dos nosotros como radio y también el artista.

Alfa Radio

Hace 17 años, el 29 de mayo de 1996, se crea una emisora Pop dinámica y juvenil, que marcó la diferencia. Generando la tendencia de que los oyentes se conviertan en un público activo, que puedan dar sus opiniones y su punto de vista abiertamente. Alfa marcaba una manera distinta de hacer radio en el país.

Hoy, Alfa Radio con presencia en Guayas 104.1 FM, Pichincha 98.5 FM. Azuay 104.5 FM, Manabí 107.3 FM Y en todo el mundo con nuestra señal *on line* es una de las emisoras más escuchadas del país. (Página oficial Alfa Radio 2013)

Anexo 13.

REQUERIMIENTOS PARA PODER CONSTITUIR UNA COMPAÑÍA LEGALMENTE

- Aprobación del nombre o la razón social de la empresa, en la superintendencia de compañías.
- Apertura de la cuenta de integración de capital, en cualquier banco de la ciudad.
- Elevar a escritura pública la constitución de la empresa en cualquier notaria.
- Presentar 3 escrituras de constitución con oficio firmado por un abogado en la superintendencia de compañías o en las ventanillas únicas.
- Si es que existe algún error la superintendencia de compañías lo reportará y se deben realizar todas las observaciones necesarias mediante un oficio para continuar con el proceso de constitución y así obtener la resolución, para continuar con el proceso de la constitución.
- Se debe publicar en un periódico de alta circulación en el domicilio de la empresa por un solo día. Se recomienda comprar 3 ejemplares, uno para el registro mercantil, otro para la superintendencia de compañías y otro para la empresa.
- Se debe dar razón de la resolución de constitución en la escritura, en la misma notaria donde se obtuvo las escrituras.
- Se debe obtener la patente municipal: Escritura de la constitución y resolución de la superintendencia de compañías, original y copia, copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal y dirección donde funciona la misma.
- Debe inscribir las escrituras del registro mercantil, debe presentar: 3 escrituras con la respectiva resolución de la superintendencia de compañías, ya sentadas razón por la notaria, publicación original del extracto y certificado original de la cámara de la producción correspondiente, copias de la cédula de ciudadanía y certificado

de votación, certificado de inscripción en el registro de la dirección financiera tributaria del municipio de Quito.

- Debe inscribirse los nombramientos del representante legal y administrador de la empresa, para ello debe presentarse el acta de junta general en donde se nombra al representante legal y administrador, y nombramientos originales cada uno. (Se necesitan tres ejemplares).

Anexo 14.

REQUISITOS EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

- La escritura con la respectiva resolución de la superintendencia de compañías inscrita en el registro mercantil.
- El periódico en el cual se publicó el extracto (un ejemplar).
- Los documentos originales y las copias certificados de los nombramientos inscritos en el registro mercantil del representante legal y administrador.
- Las copias simples de la cédula de ciudadanía o pasaporte del representante legal y administrador.
- Las copias simples de la cédula de ciudadanía o pasaporte del representante legal y administrador.
- El formulario del RUC lleno y firmado por el representante legal, la copia del pago, de agua, luz y teléfono.

La superintendencia después de verificar que todo este correcto le entrega al usuario:

- Formulario del RUC.
- Cumplimiento de obligaciones y existencia legal.
- Datos generales.

- Nómina de accionistas.
- Oficio al banco (para retirar los fondos de la cuenta de integración del capital).

Obtención del RUC en el servicio de rentas internas:

- Formulario RUC D1-A y D1-B suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura de constitución o domicilio inscrita en el registro mercantil.
- Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono.

Anexo 15

ESPECTÁCULOS PÚBLICOS

Para poder realizar un espectáculo público según el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Como persona jurídica se necesitan los siguientes requerimientos:

1. Formulario de la oficina de Espectáculos Públicos.
2. Cédula de ciudadanía
3. Papeleta de votación o pasaporte si es extranjero.
4. Registro único de contribuyentes. (RUC)
5. Original del certificado de no adeudar al Municipio.
6. Patente municipal.
7. Registro único de proveedores.
8. Escritura de Constitución de la Compañía.
9. Nombramiento del representante legal de la compañía.

10. Declaración y comprobante de pago actualizado del impuesto municipal de 1.5 por mil de los activos totales.

Anexo 16.

PARA EL REGISTRO DE UN MARCO DE ESPECTÁCULO PÚBLICO

Cumpliendo la ordenanza Metropolitana 284.

1. Registro del Promotor de la Secretaría de Cultura.
2. Licencia anual actualizada.
3. Comprobante de pago EMASEO.
4. Permiso de funcionamiento de bomberos.
5. Certificado gestión de riesgo o Cruz Roja.
6. Contrato de seguridad privada.
7. Contrato de artistas nacionales.
8. Contrato de artistas extranjeros con copia del pasaporte.
9. Contrato de arrendamiento del local.
10. Contrato de sonido e iluminación.

La solicitud debe ser dirigida al Lic. Miguel Mora de Autorización del evento con nombre, fecha, hora, lugar, valor de entradas detalladas. (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2013)

Anexo 17.

SISTEMA DE SEGURIDAD Y PLAN DE CONTINGENCIA DE EMERGENCIAS

La Comunicación:

- Instalar un sistema de alarma en caso de emergencia.
- Supervisar el correcto funcionamiento de la alarma.
- Adquirir un sistema de frecuencia adecuado para la comunicación a base de radios portátiles.
- Tener números de emergencia.

El mantenimiento

- Proporcionar personal y servicios necesarios para establecer el orden en las instalaciones después de la contingencia.
- Señalizar debidamente las salidas de emergencia.
- Realizar simulacros y evaluarlos.

La vigilancia

- Supervisar el estado de las instalaciones eléctricas.
- Supervisar el equipo en contra incendios.
- Establecer intercomunicación abierta con todos los coordinadores del show.
- Entregar a todo el personal los números principales de emergencia.
- Supervisar las acciones y áreas para establecer el orden después que haya sucedido alguna contingencia.

Primeros auxilios

- Contratar personal de primeros auxilios.
- Apoyar a las demás acciones.

Contra incendios

- Trabajar en coordinación con agencias externas que acudan en nuestro apoyo en caso de alguna emergencia.
- Capacitar al personal con el uso de extintores.
- Estar pendiente de materiales tóxicos e inflamables.

Evacuación

- Crear un diseño de rutas de evacuación en caso de emergencias.
- Desalojar a todas las personas de las instalaciones en caso de emergencia.
- Tener localizadas las áreas que puedan tener riesgo de algún peligro.
- Evaluar los posibles riesgos que pueden suceder. (Comunidad Andina, 2013)

Anexo 18.

FACTORES MACRO- ENTORNO

1.4 Factores macro entorno

Los factores del macro entorno se verán analizados por el método PEST, con el cual se estudiarán las siguientes variables: Políticas y legales, Económicas, Socioculturales y Tecnológicas.

1.4.1 Factores Económicos

La economía del Ecuador en estos últimos años ha crecido moderadamente en proporción al país. Según datos del Banco Mundial Podemos ver que Ecuador ha tenido un crecimiento económico del 5% cada año desde su dolarización en el 2001 hasta el año 2008. En el año 2009 debido a la crisis mundial el PIB se redujo a 0,4 % y en el 2010 se recuperó aumentándose en un 3,6%.

Variación del PIB anual

2008	6,40%
2009	0,60%
2010	2,80%
2011	7,40%
2012	5%
2013	3,98%

Fuente: Banco Central del Ecuador

A pesar de tener altos índices de pobreza esas cifras han ido mejorando en comparación con años anteriores. En el 2006 los índices de pobreza eran de 37.6% y descendió a 32.8% en el 2010, aun así ese rubro sigue siendo alto.

La tasa de desempleo en Ecuador para el año 2008 estaba situada en 7,60% y se puede ver que en el año 2009 como consecuencia de la crisis se ve un aumento en el desempleo y en septiembre alcanzó un índice de 9,06%. Esta cifra ha ido disminuyendo en el 2010 bajando al 7,44 y en septiembre del 2011 disminuyó aún más dando como resultado un 5,52%, con esta cifra se puede decir que ha existido una mejora en el campo laboral para los ecuatorianos.

Tasa de desempleo

Junio 2008	6,39%
Junio 2009	8,34%
Junio 2010	7,71%
Junio 2011	6,36%
Junio 2012	5,19%
Junio 2013	4,89%

Fuente: El Banco Central del Ecuador

La inflación es una medida estadística que muestra el incremento o la disminución generalizada de los precios de bienes y servicios, con relación a nuestra moneda durante un período de tiempo determinado en este caso, diciembre del 2007, diciembre del 2008, diciembre del 2009, diciembre del 2010 y septiembre del 2011. En conclusión, cuando el nivel general de precios sube, cada dólar alcanza para comprar menos bienes y servicios, en conclusión cuando la inflación sube el poder adquisitivo de las personas disminuye. Podemos ver en el gráfico 6 que, a finales del año 2008 la inflación estuvo en un 8,83%, después se puede ver que en los siguientes años esa cifra ya no es tan alarmante. Para el año 2010 bajo la inflación, para el año 2011 volvió a subir sin que el año todavía culmine.

Inflación precios al consumidor (% Anual)

2008	8,83%
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
Julio 2013	2,39%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Según los datos del Banco Mundial, Ecuador ha tenido un crecimiento positivo en estos últimos años, en comparación con algunos países de la región Latinoamericana. En el 2011, Ecuador fue el país que tuvo más crecimiento.

Variación del PIB (%) Ecuador frente a países de América Latina

	2008	2009	2010	2011	2012
Brasil	5,2	-0,3	7,5	2,7	0,9
Chile	3,7	-1	5,8	5,9	5,6
Colombia	3,5	1,7	4	6,6	4
Ecuador	6,4	0,6	2,8	7,4	5
Uruguay	7,2	2,2	8,9	6,5	3,9
Venezuela	5,3	-3,2	-1,5	4,2	5,5
Bolivia	6,1	3,4	4,1	5,2	5,2
Perú	9,8	0,9	8,8	6,9	6,3
Paraguay	6,4	-4	13,1	4,3	-1,2

Fuente: Banco Mundial

Se puede observar como países con gobiernos socialistas ligados con ideas comunistas como: Venezuela, tiene afectada su economía. A diferencias de otros países como Perú o Chile que está progresando económicamente.

Variación del PIB (%) Ecuador frente al Mundo y América Latina

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Mundo	4	1,4	-2,2	4	2,8	2,2
América Latina	5,4	3,8	-2,2	5,6	3,9	3
Ecuador	2,2	6,4	0,6	2,8	7,4	5

Fuente: Banco Mundial

1.4.2 Factores Políticos

El economista Rafael Correa se posicionó como presidente desde el año 2006, un gobierno caracterizado por asociarse con el socialismo del siglo XXI. Este socialismo está ligado a ideas de la filosofía marxista que proponen una igualdad de derechos, suprimiendo también las clases sociales.

En el 2008 Rafael Correa planteó una nueva constitución la cual fue aprobada por el pueblo. Esta nueva constitución estaba realizada a base de ideas socialistas, las cuales fueron usadas también en el gobierno de Hugo Chávez en Venezuela (1999) y por Evo Morales en Bolivia (2009).

El gobierno ha adquirido 18 medios de comunicación en sus cuatro años de gestación, entre ellos le pertenecen cuatro canales de televisión, radios, revistas y periódicos. En Julio del 2008 el gobierno incautó dos canales de televisión Gama TV y TC televisión dos de las 195 empresas que les pertenecían a los hermanos Isaías, a los que se les acusó de responsables del caso Filanbanco en 1999 donde tuvo lugar la crisis financiera más grande que se ha enfrentado Ecuador. En noviembre del 2009 desaparece la radio Nacional del Ecuador y se da el surgimiento de una nueva radio, la Radio Pública del Ecuador manejada por el Gobierno. Igualmente en el mismo año sale al aire Ecuador TV, un canal que se ha convertido en el portavoz del gobierno. En enero del 2010 el gobierno toma el control del diario “*El Telégrafo*”.

Para que haya una verdadera democracia es importante que los medios de comunicación operen de manera equitativa, porque se puede ver que existen grandes adquisiciones de medios de comunicación importantes por parte del estado.

En febrero del 2011, Rafael Correa demanda al diario “*El Universo*” por un artículo en el cual se le acusaba de ser el responsable de la masacre y el desorden que hubo el 30 de septiembre por haber ordenado fuego a discreción. En el artículo el columnista Emilio Palacio se dirige aproximadamente nueve veces al Presidente, como dictador. El artículo se titula NO a las mentiras y fue publicado el 6 de febrero del 2011, artículo por el cual fueron demandados por 40 millones de dólares y condenados a tres años de prisión. Después de este acontecimiento se cuestiona la libertad de expresión en el Ecuador. Un diario peruano llamado “Correo”, declaró a Rafael Correa como persona non grata para la prensa y lo acusan como dictador que no sabe respetar la libertad de expresión.

Con relación a la política exterior, Ecuador se rige al Plan Nacional de Política Exterior 2006-2020. Aunque de acuerdo a la nueva constitución, el presidente es el encargado de dirigir todas las relaciones internacionales, definir la política exterior, celebrar y ratificar tratados y convenios internacionales, después de la aprobación del Congreso Nacional.

Con respecto a las relaciones internacionales, Ecuador se ha visto en una etapa crítica tras declarar a la embajadora de Estados Unidos, Heather Hodges, como persona non grata. Esto se dio debido a unos informes que fueron enviados a Washington, en los cuales se hace presunciones de que el Presidente Rafael Correa habría conocido de los supuestos actos de corrupción de miembros de la cúpula policial. El ex comandante de esa institución Jaime Hurtado Vaca, era el acusado. Estos documentos fueron revelados por Wikileaks. Después de esto se le indicó a la embajadora que debía abandonar el país lo más rápido posible. Esto trajo graves consecuencias, ya que después el embajador ecuatoriano en Estados Unidos, Luis Gallegos, fue declarado igualmente persona non grata y las relaciones con Ecuador se vieron suspendidas. Por todos estos incidentes, para septiembre del 2011 Rafael Correa fue considerado persona non grata en Nueva York, sumándose también sus relaciones muy cercanas con Hugo Chávez y con Fidel Castro.

En el 2012, Julian Assange fundador de Wikileaks, pide asilo político en la embajada de Ecuador en Londres. Perseguido por revelar información confidencial de sectores poderosos. El 16 de agosto del 2012, Ecuador le concede asilo político a Assange.

Ecuador tiene una relación muy cercana con Venezuela, a más de compartir su ideología política, han hecho tratados bilaterales como el acuerdo hecho por las dos petroleras estatales para el intercambio de crudo de Ecuador por derivados provenientes de Venezuela. Después de este surgieron nuevos tratados de los ámbitos de cooperación energética, acuerdos comerciales, etc. La situación de Venezuela es caótica, en las ciudades no se encuentran víveres de consumo básico como: leche, huevos, carne, etc. Este país está importando estos artículos porque ha expropiado grandes haciendas productivas que ahora están sin ningún cuidado, están en la ruina.

1.4.3 Factores Socioculturales

La cultura musical en Ecuador está obteniendo una gran importancia, como mencione anteriormente, ahora en el país existen varios institutos de música y se han abierto nuevas escuelas de música, ya no solo el estudio de la música clásica de conservatorio. Se ha abierto las carreras de música en diferentes universidades y por estas razones se está creciendo en la cultura de la música. Ahora existen varios grupos musicales y artistas ecuatorianos de buen nivel, tal vez no un nivel internacional como se quisiera pero si existen un crecimiento musical muy importante en el país. Para los artistas pequeños la piratería o las descargas por internet, no son un gran problema, es más algunos piensan que esta facilidad de intercambio musical que se da mundialmente ha sido de gran ayuda para la distribución de música no comercial y el conocimiento de ella misma. Ahora pueden ser escuchados sin que una disquera famosa haya firmado con ellos, que se daría en un caso muy extraño, ya que las disqueras solo firman música comercial.

En cuanto a la educación en general en el país, según los datos estadísticos del INEC, se puede apreciar un gran porcentaje de alfabetización y tan sólo un 11,70% de analfabetismo que está dentro de un parámetro normal teniendo en cuenta que a Ecuador se lo considera un país tercermundista.

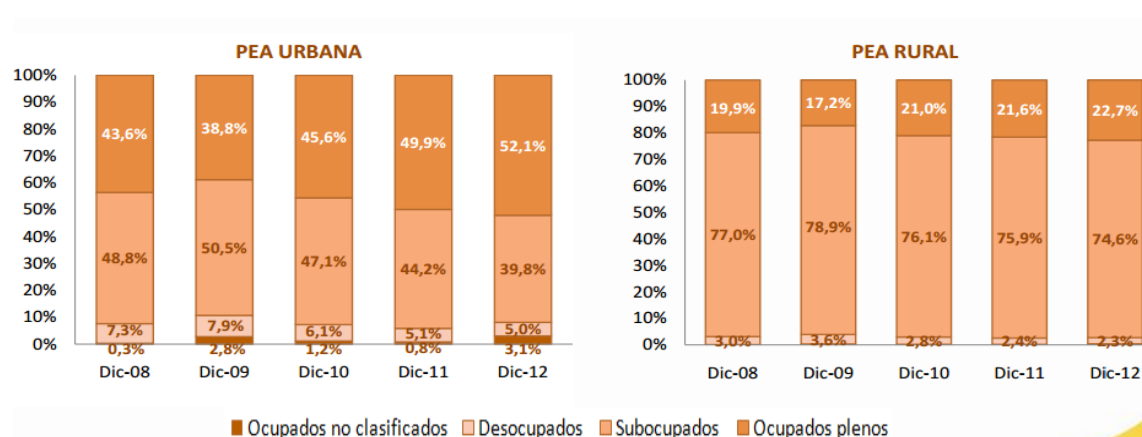
Educación

Educación	
Tasa de alfabetismo	88,30%
Tasa de analfabetismo	11,70%

Fuente: INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

En el siguiente gráfico podemos ver la Población Económicamente Activa en los dos últimos años. En el transcurso de los años se puede observar que el porcentaje de personas desocupadas ha disminuido un poco.

Población Económicamente Activa en los dos últimos años



Fuente: Banco Central del Ecuador

1.4.4 Factores Tecnológicos

El uso de internet y la tecnología en general han sido de gran ayuda para el sector musical. El uso de los medios interactivos o páginas como www.youtube.com ahora son de uso cotidiano para los diferentes ecuatorianos, incluso los de edades mayores. El internet como lo mencione antes también ha sido de gran utilidad para el intercambio cultural de música.

El uso del internet, la tecnología, computadoras, etc. ha incrementado en estos últimos años, así como podemos visualizar en los siguientes cuadros.

Acceso a Internet

Acceso a Internet	Si tiene 2008	No tiene 2008	Si tiene 2009	No tiene 2009	Si tiene 2010	No tiene 2010	Si tiene 2011	No tiene 2011
	242816	3203467	268557	3240404	425671	3195797	653232	3221050

Fuente: INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

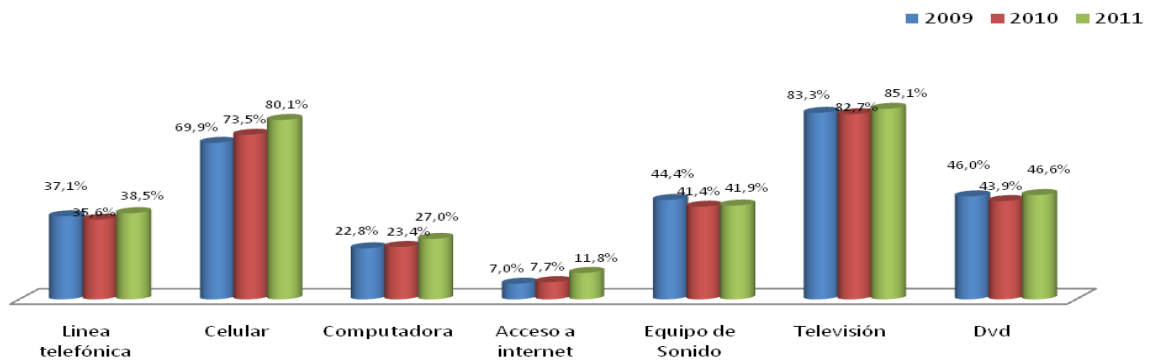
Uso de Internet

Uso de Internet	Si uso 2008	No uso 2008	Si uso 2009	No uso 2009	Si uso 2010	No uso 2010	Si uso 2011	No uso 2011
	3263341	9413866	3175473	9737617	3814650	9324725	4175759	9136910

Fuente: INEC, Instituto de Estadísticas y Censos.

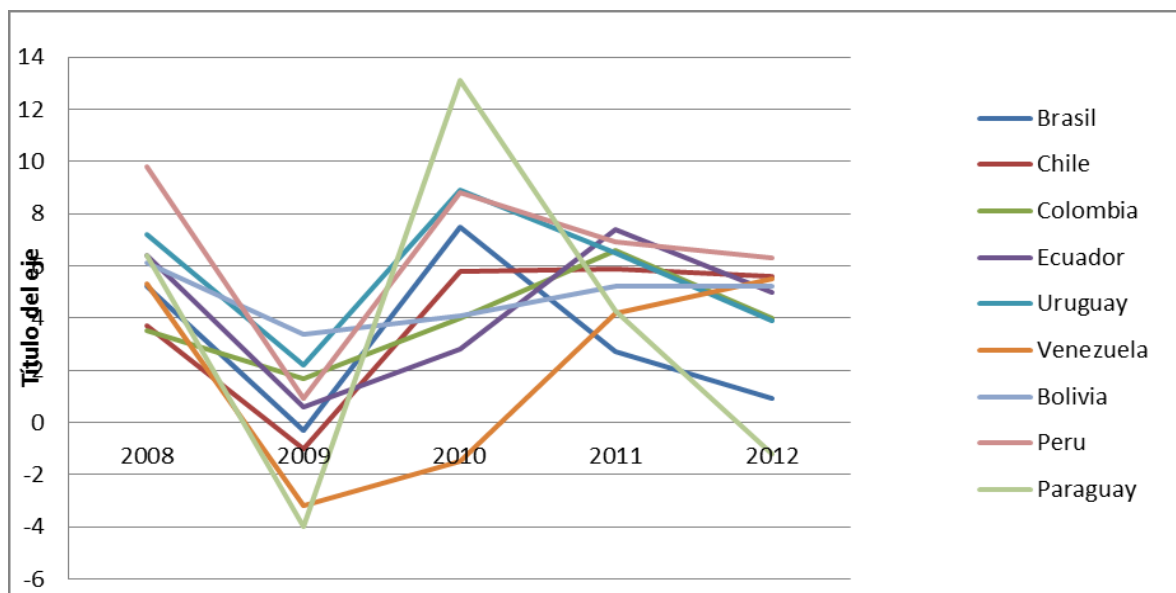
En el siguiente gráfico podemos apreciar que la tecnología ha ido aumentando de modo significativo en el Ecuador. Ahora la mayoría de personas ya tienen un celular propio, computadoras, acceso a internet, el único equipo se ha disminuido su uso en el hogar es el equipo de sonido.

Equipamiento del Hogar Nacional



Fuente: INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Variación del PIB (%) Ecuador frente a países Latinoamericanos



Variación del PIB (%) Ecuador frente al Mundo y América Latina



Fuente: Banco Mundial