

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE  
GUATEMALA

Facultad de Ciencias y Humanidades



PROPUESTA DE UN DIPLOMADO EN  
ADMINISTRACIÓN MUSICAL EN LA  
UNIVERSIDAD DEL VALLE DE  
GUATEMALA

Trabajo de graduación presentado por Carlos  
Rafael Meza Martínez para optar al grado  
académico de Licenciado en Música

Guatemala,

2016



PROPUESTA DE UN DIPLOMADO EN  
ADMINISTRACIÓN MUSICAL EN LA  
UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE  
GUATEMALA

Facultad de Ciencias y Humanidades



PROPUESTA DE UN DIPLOMADO EN  
ADMINISTRACIÓN MUSICAL EN LA  
UNIVERSIDAD DEL VALLE DE  
GUATEMALA

Trabajo de graduación presentado por Carlos  
Rafael Meza Martínez para optar al grado  
académico de Licenciado en Música

Guatemala,

2016

Vo. Bo. :

(f)   
\_\_\_\_\_  
(Licenciada Mayra Carrera)

Tribunal Examinador:

(f)   
\_\_\_\_\_  
(Licda. Mayra Carrera)

(f)   
\_\_\_\_\_  
(Licda. María Isabel Ciudad Real)

(f)   
\_\_\_\_\_  
(Licda. Carlota Escobar)

Fecha de aprobación: Guatemala, 16 de agosto de 2016



## PREFACIO

El tema de este proyecto no fue elegido arbitrariamente, siempre ha sido un interrogante que, desde hace muchos años, me he planteado en mi función como músico. Conforme crecía en este arte tuve la fortuna de compartir con grandes artistas en proyectos musicales, donde veía que varias bandas o empresas relacionadas con esta disciplina no funcionaban o carecían de una dirección, pues no aplicaban saberes basados en la administración, mercadotecnia y comunicación para darles seguimiento, control y orden.

En la mayoría de los casos eran buenas propuestas, creativamente hablando, pero siempre hacía falta esa otra parte que podría hacerlas perdurables para que se incursionaran en el mercado objetivo, tuvieran continuidad al público y atrajeran a más "clientes" u oyentes musicales.

Concluí que cada banda o empresa relacionada con la música requiere de toma de decisiones, coordinación de múltiples actividades, dirección de personas, ubicación de recursos y un sin número de funciones dirigidas hacia áreas o problemas específicos que requieren de una especialización en cada tarea para alcanzar el éxito.

La aspiración y finalidad de este tema es que Guatemala es un país que necesita no únicamente de excelentes músicos, sino que sepan vender sus servicios, orienten sus proyectos para que sean duraderos, alcancen no solo al público que necesitan y que el trabajo sea remunerado de manera justa y se consolide así una industria con mayor estructura.

# ÍNDICE

ÍNDICE DE GRÁFICAS.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
RESUMEN .....	xii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. ANTECEDENTES .....	3
A. Industria musical.....	3
1. Historia de la grabación del audio.....	4
2. La rebelión de la distribución digital.....	5
B. Descripción general de la Universidad del Valle de Guatemala .....	6
C. Diplomado en Producción y Promoción Musical de la Sociedad de Gestión Colectiva del Derecho del Autor (AEI).....	8
D. Literatura .....	9
E. Universidad Galileo .....	9
F. Justificación .....	10
III. MARCO CONCEPTUAL.....	13
A. Administración de la música .....	13
1. Definición de administración. ....	13
a. El proceso de administración .....	14
a. Problema.....	15
b. Diagnóstico .....	15
c. Opciones.....	15
d. Decisión .....	15
e. Evaluación .....	15
2. Plan estratégico. ....	15
a. Foco en el lucro. ....	15
b. Foco en el cliente.....	15
c. Foco en el trabajo. ....	15
d. Foco en las personas.....	15
3. Administración musical.....	15
4. Estructura empresarial de la música. ....	22

a. Composiciones.....	22
b. Grabaciones.....	22
c. Medios.....	23
d. Música en vivo.....	23
e. Gestión del artista, la representación y el personal.....	24
f. Modelos de negocio emergentes.....	24
h. Marketing Cultural.....	25
i. Redes sociales.....	26
j. Finanzas.....	26
k. Distribución.....	27
5. Diplomado.....	27
a. Características mínimas de los diplomados.....	27
6. Pénsum investigados.....	28
IV. METODOLOGÍA.....	30
A. Objetivo general.....	30
B. Objetivos específicos.....	30
C. Descripción del diseño.....	30
D. Descripción de la población y la muestra.....	31
E. Descripción del instrumento.....	31
F. Descripción del procedimiento.....	32
V. PROPUESTA.....	33
A. Propuesta del programa.....	33
1. Objetivo del diplomado.....	33
2. Perfil del egresado.....	33
3. Estructura curricular.....	33
B. Descripción de los cursos.....	34
1. La industria de la música.....	34
2. Gestión de proyectos musicales I.....	35
3. Gestión de proyectos musicales II.....	35
4. Producción musical I.....	35
5. Producción musical II.....	36

6. Marketing de la música. ....	36
7. Nuevos modelos de negocio. ....	36
8. Distribución digital. ....	36
9. Derechos de autor.....	37
<u>10. Proyecto. ....</u>	<u>37</u>
C. Malla Curricular .....	37
D. Requisitos de admisión .....	40
E. Perfil del egresado.....	40
1. Saber hacer.....	40
2. Saber.....	40
3. Saber ser.....	41
VI. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	42
A. TABLAS COMPARATIVAS .....	42
B. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS .....	44
C. OPINIÓN DE EXPERTOS.....	48
VII. CONCLUSIONES .....	51
VIII. RECOMENDACIONES .....	53
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54
X. ANEXOS.....	58

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfico 1	Organigrama del showbusiness.....	19
Gráfico 2	Género de los entrevistados.....	42
Gráfico 3	Profesión de los entrevistados.....	43
Gráfico 4	Aprender sobre la administración musical sería aplicable en su desempeño laboral y profesional.....	44
Gráfico 5	Los músicos deben desarrollar habilidades de administración de la música en su carrera.....	44
Gráfico 6	Considera implementar estos conocimientos en su profesionalización de la música.....	45
Gráfico 7	Le parece interesante estudiar una especialización en administración de la música.....	45
Gráfico 8	El mapa curricular tiene una equilibrada carga de cursos adecuados a la administración musical.....	46
Gráfico 9	El mapa curricular de la especialización le despierta interés.....	46
Gráfico 10	Su carga académica le permitiría cursar el diplomado.....	47
Gráfico 11	El tiempo de estudio le parece adecuado a esta carrera.....	47
Gráfico 12	El diplomado podría ampliar su conocimiento profesional y laboral.....	48
Gráfico 13	¿Guatemala necesita de una especialización sobre la administración musical?.....	49
Gráfico 14	¿Los estudiantes de música deben especializarse en estos temas para su desempeño en el ámbito musical?.....	49
Gráfico 15	¿Los cursos tratan los temas necesarios?.....	50

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Evolución del Diplomado en Producción Musical del AEI.....	11
Tabla 2	Cursos relacionados con Administración Musical de la Universidades extranjeras.....	28

## RESUMEN

El presente trabajo se ha elaborado con la finalidad de crear e implementar la propuesta de un Diplomado en Administración Musical en la Universidad del Valle de Guatemala, dirigido a músicos, estudiantes del Profesorado y Licenciatura en Música de esta casa de estudios o a interesados. El cual incluye una malla curricular, perfiles, descripción de los cursos a manera que al finalizar el diplomado los participantes obtengan la capacidad de desarrollarse profesionalmente con eficacia en esta rama.

Para llevar a cabo el desarrollo de la propuesta, se investigaron programas de varias universidades, elaborando una tabla con los cursos que incidían, constituyendo los cursos básicos, que ofrecen esta especialización, los cuales son: La industria de la música, Gestión de proyectos musicales I, Gestión de proyectos musicales II, Producción musical I, Producción musical II, Marketing de la música, Nuevos modelos de negocio, Distribución digital.

Se crearon instrumentos para la validación de la propuesta haciendo una evaluación de expertos e interesados en la misma. Con los resultados obtenidos se recolectó información sobre la pertinencia de los cursos, calidad de la descripción, organización y relación entre cada elemento de la propuesta. Así mismo se concluye que hay personas interesadas en la apertura de un Diplomado en Administración Musical en la Universidad del Valle de Guatemala, el cual brindará a nuestra comunidad profesionales capacitados.

# I. INTRODUCCIÓN

Este documento tiene como principal propósito de estudio la validación de la propuesta del Diplomado en Administración Musical en la Universidad del Valle de Guatemala, por medio de un muestreo deliberado, y para tal propósito se desarrolló un plan de investigación donde se aplicaron tres procedimientos:

En concreto, para llevar a cabo este trabajo, se investigaron programas de varias universidades en el mundo que ofrecen esta especialización, realizando una encuesta de qué cursos son los similares entre cada casa de estudios, para la formación de expertos en la administración musical.

Además, se entrevistaron a interesados en la materia que estudian en la Universidad del Valle de Guatemala, quienes por medio de una encuesta evaluaron la propuesta.

Asimismo, se entrevistó al administrador de empresas Daniel Cifuentes, quien también estudió Music Business en el Musicians Institute de Los Ángeles, California, Estados Unidos, y se encuestó a un grupo de expertos en materias de administración, mercadotecnia, redes sociales, promotores de eventos, productores, entre otros, para obtener su opinión y validación acerca de este programa.

En el presente informe se describe qué universidades guatemaltecas o especializaciones incluyen cursos relacionados a la Administración Musical, así como el programa con objetivos, ejes transversales, malla curricular y perfil de ingreso y del egresado.

En el Marco Conceptual se incluyen las definiciones de los conceptos fundamentales para esta investigación.

También se entregan los resultados de este análisis y de cómo afectan en que se implemente una carrera de este tipo. En el cuarto capítulo se describe la metodología. En el siguiente, la propuesta del plan de estudios conforme al análisis de los programas de otras universidades que imparten esta especialización. Posteriormente se presentan los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas a los potenciales interesados, así como un análisis, conclusiones y recomendaciones, respectivamente.

Por último, en la parte de Anexos, se entregan los materiales creados para realizar el estudio, que incluye instrumentos y la transcripción de la entrevista.

## II. ANTECEDENTES

### A. Industria musical

Hasta el siglo XVIII, los procesos de composición formal y de la impresión de la música tuvieron lugar en su mayor parte con el apoyo del patrocinio de las aristocracias y las iglesias, o como los juglares, quienes ofrecían su espectáculo a cambio de dinero o comida, y en ocasiones eran contratados para participar en los banquetes de los reyes como atracción.

La impresión de la música también tuvo su auge 20 años después que Gutenberg presentase la imprenta (1473). El primer volumen de música impresa lo desarrolló Ottaviano Petrucci, en 1501, llamado "Haronice Musices Odhecaton", que contenía 96 piezas. Este autor también publicó la primera tablatura. El efecto de la música impresa tuvo el similar efecto de la palabra impresa, pues la información se propagaba de manera fácil y podía extenderse por medio de manuscritos, lo cual afectó en el concepto de la industria musical y su mercado se debilitó hasta la invención del fonógrafo y la música grabada.

A mitad del siglo XVIII los intérpretes y compositores como Wolfgang Amadeus Mozart comenzaron a buscar oportunidades para comercializar su música y actuaciones para el público general. Después de la muerte de Mozart, su esposa (Constanze Weber) continuó el proceso de comercialización de su música por medio de una serie sin precedentes de conciertos conmemorativos, la venta de sus manuscritos y colaborando con su segundo marido, Georg Nissen, en una biografía de Mozart.

La industria de la música actual surgió a mediados del siglo XX, cuando la gente empezó a hablar de la "industria de la grabación" como sinónimo suelto de la "industria de la música". Una gran mayoría de este mercado de música grabada es controlado por tres grandes sellos corporativos: Universal Music Group de

propiedad francesa, la de propiedad japonesa Sony Music Entertainment, y la Warner Music Group, de propiedad estadounidense. Live Nation es una antigua filial de Clear Channel Communications, que es el mayor propietario de estaciones de radio en los Estados Unidos. Creative Artists Agency es una gran empresa de gestión del talento y de la reserva.

La industria musical ha experimentado cambios drásticos desde el advenimiento de la distribución digital generalizada. La música en vivo ha aumentado en importancia. La tienda de música más grande del mundo es ahora digital: Apple iTunes Store Inc. Las dos compañías más grandes en la industria son Universal Music Group (grabación) y Sony / ATV Music Publishing (editor).

La "industria discográfica" reemplazó a los editores de partituras como la fuerza más grande de la industria. Una multitud de sellos discográficos vino y se fue. Algunas etiquetas de nota digna de las décadas anteriores incluyen la *Columbia Records*, *Crystalate*, *Decca Records*, *Edison Bell*, *The Gramophone Company*, *Invicta*, *Kalliope*, *Pathé*, *Victor Talking Machine Company* y muchos otros.<sup>1</sup>

**1. Historia de la grabación del audio.** El concepto de industria va de la mano con la historia de la grabación en audio, pues siempre ha existido una manera de cómo registrar el sonido y transmitirlo a las personas. Esta evolución comenzó en el siglo XIX con el fonógrafo, en 1857, y la primera grabación de la voz humana, en 1860. Este aparato se desarrolló al fonógrafo, en 1877 por Thomas Alva Edison, con el cual él logró registrar y reproducir su propia voz por medio de un cilindro. Luego, Alexander Graham Bell, en 1881 diseñó un nuevo soporte de audio llamado gramófono. En 1885, Emile Bertlines introdujo el primer

---

<sup>1</sup> *Innovación en el sector musical: plataformas y modelos de negocio*, Anexo Armada Fernández (2013).

disco de goma dura vulcanizada a partir de un ejemplar de zinc. Apareció junto al gramófono y era el encargado de reproducirlo.

Para 1898, Valdemar Poulsen logra hacer la primera grabación a través del telegráfono, con el cual un micrófono convierte las ondas sonoras en variaciones de voltaje. Posteriormente, Fritz Pfleummer inventó en 1928 la primera banda magnética con base de papel. Luego esa banda sería reemplazada por plástico recubierta de capa ferromagnética. Después aparece el primer disco de vinilo, el cual se graba en diferentes velocidades (16, 33, 45, 78) revoluciones por minuto y en diámetros de 7, 10 y 12 pulgadas, dependiendo del número de canciones. En 1960, la empresa Philips introduce el audiocassette que se reproducía en dos caras. Este soporte se transformó en la alternativa regrabable del disco de vinil. Diez años más tarde se da el fenómeno del disco compacto, momento en que Sony y Phillips vieron la necesidad de innovar el mundo tecnológico, así como perfeccionar la grabación del sonido, surgieron finalizando el siglo XX las cintas de audio digital, los mini discos y los soportes digitales como el MP3.<sup>2</sup>

**2. La rebelión de la distribución digital.** Según Fernández, en la primera década del siglo XXI, gran parte de la descarga digital y el streaming de música, se hizo más popular que las grabaciones físicas (por ejemplo, CDs, cintas). Al mismo tiempo, los consumidores gastaron menos dinero en la música grabada (ambas distribuidas física y digitalmente) que tenían en la década de los noventa. Esta dramática caída de los ingresos ha causado despidos a gran escala dentro de la industria, los minoristas impulsados (como *Tower Records*) fuera de las empresas de negocios, productores discográficos, estudios, ingenieros de grabación y músicos a buscar nuevos modelos de negocio.

Las descargas digitales legales se volvieron ampliamente disponibles con el debut de la tienda iTunes Store en 2003. La popularidad de la distribución de

---

<sup>2</sup> Méndez Orellana, José Miguel. "Guía para el conocimiento adecuado de la realización de una producción discográfica. (2010) Tesis UVG.

música a internet ha aumentado y en 2012 la venta de música digital ascendió las ventas físicas.

Después de 2010, los servicios como *Deezer*, *Pandora*, *Spotify* e *iTunes Radio de Apple* comenzaron a "pagar para transmitir" basado en suscripción de servicios. Estos comenzaron a tener un serio impacto en la industria en 2014, bajando aún más los ingresos.<sup>3</sup>

## **B. Descripción general de la Universidad del Valle de Guatemala**

La institución educativa ha establecido como propósito: "Contribuir a la formación, actualización y capacitación de profesionales para la docencia, investigación, evaluación y para el desempeño de los diferentes campos del sistema educativo del país". (UVG, 2011)

### **Misión**

Educar seres humanos y realizar investigación en un ámbito de libertad para desarrollar pensamiento reflexivo, juicio crítico y ético; captar, generar y divulgar el conocimiento científico y tecnológico y el pensamiento humanístico, para ponerlos al servicio de la comunidad, la sociedad guatemalteca y la humanidad.

### **Visión**

Ser en Guatemala, en los campos de la educación, la ciencia u la tecnología y las humanidades, la institución de educación superior de mayor prestigio, por su nivel académico, su investigación, la excelencia de sus

---

<sup>3</sup> *Innovación en el sector musical: plataformas y modelos de negocio*, Anexo Armada Fernández (2013).

graduados, la calidad de sus miembros y su contribución a la solución de los problemas nacionales.

1. Historia y plan estratégico institucional 2005-2015. La Universidad del Valle de Guatemala, fundada en 1966, es una institución privada, no lucrativa, dedicada a los estudios superiores, a la investigación científica, a la difusión de la cultura y la transferencia de ciencia y tecnología. La Universidad es ajena a toda actividad política y religiosa. Acoge en su seno a docentes, profesionales y estudiantes sin discriminación por motivos de raza, estado civil, sexo, religión, nacimiento, posición económica o social sus opiniones políticas.

En sus cincuenta años de existencia, la Universidad del Valle de Guatemala se ha consolidado como una institución de prestigio en los campos de ciencia, tecnología y educación, comprometida con el desarrollo del país. Asimismo, ha sabido honrar sus fines; ha impulsado la docencia y la investigación, ha participado en la búsqueda de soluciones a los problemas del país, ha coadyuvado a la conservación del ambiente de y de los recursos naturales, productivos y ha contribuido a la formación de ciudadanos cultos y conscientes de su responsabilidad social frente a los problemas de su comunidad y de su tiempo.

El campus central de la Universidad se ubica en la ciudad de Guatemala y los otros dos, el Programa Educativo del Sur (PROESUR) y la Universidad del Valle de Guatemala-Altiplano, se ubican respectivamente, en Santa Lucía Cotzumalguapa y en Sololá. El campus central de la Universidad brinda educación superior a 2,500 estudiantes en su ciclo regular, que se encuentran repartidos entre las 27 carreras (incluido pregrado y postgrado) que ofrece esta casa de estudios. (UVG, 2011).

Por medio del Plan Estratégico 2005-2015 de la Universidad del Valle de Guatemala, se logró la generación de metas que posibilitarán el hacer de la Misión escrita, una misión institucional plasmada en el quehacer diario. El Plan

Estratégico, que guiará la labor institucional, dará origen a los planes operativos anuales de los próximos diez años.

### **C. Diplomado en Producción y Promoción Musical de la Sociedad de Gestión Colectiva del Derecho del Autor (AEI)**

En una entrevista con Carla López, asistente de la Dirección General de la AEI, informó que la propuesta del diplomado se presentó el 3 de mayo de 2012 a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala para que fuera avalado por una institución educativa.

El 16 de mayo de ese mismo año fue aprobado y el 12 de junio fue presentado oficialmente a los medios de comunicación.

El jueves 14 de ese mes, Nuestro Diario en el regional Metro, publicó un artículo titulado "Formarán artistas nacionales". "Presentan diplomado de producción musical", en el que informa que a partir del 14 de julio comenzaba la primera promoción a recibir clases, los sábados, de nueve de la mañana a 12:30 del mediodía en el Paraninfo Universitario (2a. avenida 12-40, zona 1).

"Álvaro Aguilar, presidente de AEI, manifestó que 'esta profesión requiere de excelencia, paciencia, fe y trabajo. El medio fortalecerá con más opciones de desarrollo'. El contenido fue elaborado por Zulena Escobedo y Francisco Cáceres. Comprenderá armonía y composición musical, canción popular, producción musical, la música como empresa, interacción y comunicación con el público y el proyecto musical integral", se menciona en la nota periodística.

Además, López comentó que el diplomado dura 20 sábados, cerca de cuatro a cinco meses y una semana, que es de un pago único: Q150 para los socios de la AEI, Q250 para universitarios y Q350 para el público en general, y a partir de este 2015 en adelante se impartiría solo un semestre por año.

Algunos de los cursos que ofrecen son: Teoría Musical, Composición, Legislación, Administración y Marketing Digital.

#### **D. Literatura**

Por aparte, únicamente el libro *Manual del músico independiente* (2014), de los autores Jorge Sierra, Antonio Ponce y Paola Matheu, se ha publicado en el país respecto a la administración musical. Este libro se presenta como una guía para que el artista se incursione en la industria de la música, siga procesos como el pre diseño, producción, grabación, mezcla, masterización, impresión, publicidad y difusión para que pueda llevar a cabo su proyecto musical satisfactoriamente. Además, reconoce que la mayoría del negocio del espectáculo en el país se ha dado de forma empírica, por lo que presenta herramientas también para los promotores, sonidistas y otros profesionales que intervengan en este comercio.

#### **E. Universidad Galileo**

La Universidad Galileo es la única casa de estudios que ofrece una carrera con cursos relacionados a la administración de la música. Se llama Licenciatura en Música con Especialidad en Tecnología Aplicada y se abrió en el 2011, según la secretaria de la Escuela Superior de Arte, Vivian Álvarez. Agregó que comenzaron con 50 alumnos y que, al momento de la entrevista, en junio del 2015, no había graduados. La carrera dura 4 años y 6 meses para un proyecto de graduación.

Además, que en el 2015 se unió la especialidad de Tecnología Aplicada con la especialidad de Ejecución de Instrumento, quedando como Licenciatura en Música, con 55 estudiantes inscritos.

Los cursos se imparten por ciclo que duran cerca de dos a tres meses. Los que están relacionados al tema que interesa a esta investigación son: Proceso de

Mercado, Mercadeo Estratégico, Planificación Estratégica, Empresarialidad, Derecho y Legislación Nacional, Finanzas, Comunicación Eficaz y Alto Desempeño, Etiqueta y Protocolo, Administración del Recurso Humano y Producciones de Espectáculos.

## **F. Justificación**

La carrera de Administración Musical es una carrera no ofertada en Guatemala, a nivel internacional han incrementado los estándares de producción musical creando carreras universitarias enfocadas en esta rama del arte y debido al crecimiento de la industria, los músicos deben tener conocimientos no solo del arte sino también de negocios, administración, aspectos legales y de gestión.

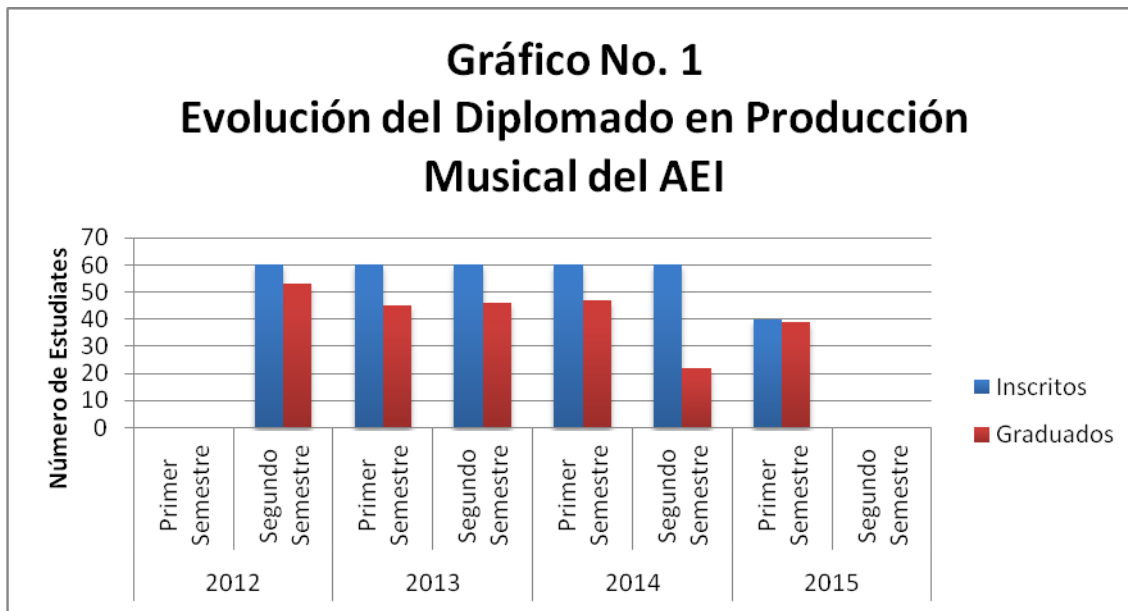
La administración, desde la óptica de Frederick Taylor y Henri Fayol, grandes teóricos en esta disciplina, busca el mejoramiento de las empresas, define claramente sus objetivos, mejora las relaciones entre las personas pertenecientes a las empresas y sirve de base para una administración científica de los procesos productivos.

En Guatemala la Universidad Galileo cuenta en su propuesta académica con la carrera de Licenciatura en Música con especialidad en Tecnología Aplicada, así como la academia Atempo que dentro del pénsum Técnico en Música tiene cursos como Marketing Musical, y el Diplomado en Producción y Promoción Musical de la Sociedad de Gestión Colectiva del Derecho del Autor (AEI), el cual inició en el 2012 y ha mantenido el número de estudiantes que se inscriben semestralmente y con el número de estudiantes que se gradúan se mantiene una tendencia que se caracteriza como normal en todas las carreras. A continuación, se presenta los siguientes datos.

**Tabla No. 1**  
**Evolución del Diplomado en Producción Musical del AEI**

<b>Año</b>	<b>Semestre</b>	<b>Inscritos</b>	<b>Graduados</b>
2012	Primer Semestre		
	Segundo Semestre	60	53
2013	Primer Semestre	60	45
	Segundo Semestre	60	46
2014	Primer Semestre	60	47
	Segundo Semestre	60	22
2015	Primer Semestre	40	39
	Segundo Semestre		

*Fuente: elaboración propia*



*Fuente: elaboración propia*

El interés investigativo, el esfuerzo humano, ético y profesional de indagar y proponer son bases fundamentales de la Universidad del Valle de Guatemala, donde los estudiantes de la Licenciatura en Música se encuentran sólidamente preparados, en el ámbito musical y educativo. Por tal razón, se cree viable la propuesta de apertura del Diplomado en Administración Musical en la Universidad del Valle de Guatemala, para fortalecer los saberes del área administrativa de la música, con cursos que permitirían que los alumnos se involucren estratégicamente en la industria o mercado musical.

### III. MARCO CONCEPTUAL

La Real Academia Española (RAE, 2016) define a la música como el "arte de combinar los sonidos de la voz humana o de los instrumentos, o de unos y otros a la vez, de suerte que produzcan deleite, conmoviendo la sensibilidad, ya sea alegre, ya tristemente".

Además, define administrar como "gobernar, ejercer la autoridad o el mando sobre un territorio o sobre las personas que lo habitan". Así como "ordenar, disponer, organizar, en especial la hacienda o los bienes".

#### A. Administración de la música

**1. Definición de administración.** Para hablar de la administración de la música se debe mencionar algunos conceptos que ayudarán con la teoría en general. Entre ellos se abarcará la Administración musical, Marketing Cultural, Finanzas y Recursos Humanos, entre otros.

Idalberto Chivenato, en su libro *Introducción a la teoría general de la administración* (2004), refiere que el mundo de ahora es una sociedad compuesta por organizaciones y que todas las actividades orientadas a la producción de bienes (productos) o a la prestación de servicios tiene una función interna que se plantea, coordina, dirige y controla. Además, que están constituidas por personas y depende de la vida del hombre. Algunas, por la complejidad de sus operaciones, necesitan de una conducción racional, que es la administración.

Esta palabra viene del latín "ad" (dirección, tendencia) y "minister" (subordinación y obediencia), y significa cumplimiento de una función bajo el mando de otro. Sin embargo, su definición se ha transformado con el tiempo y ahora trata de interpretar los objetivos propuestos de la organización y transformarlos en acción.

Asimismo, Agustín Reyes Ponce en el libro *Administración moderna* dice, "es el arreglo de las funciones que se estiman necesarias para lograr un objetivo, y una indicación de la autoridad y la responsabilidad asignadas a las personas que tienen a su cargo la ejecución de las funciones respectivas".

Sergio Hernández y Rodríguez (2002) dice que el proceso administrativo: "son los pasos para sistematizar la operación de una empresa en forma efectiva mediante la planeación, organización, dirección y control".

**a. El proceso de administración comprende cinco etapas:**

1) Planeamiento (herramienta para administrar relaciones a futuro algunos documentos que se plantean aquí son: Misión, Visión, Programas, Políticas, Presupuestos, Programas, entre otros). Según Harold Koontz las etapas del Proceso Administrativo son. Planeación, Organización, Integración, Dirección y Control.

2) Organización (clasificación de los recursos para poder cumplir con los objetivos, entre estos el Organigrama y los manuales de puestos).

3) Liderazgo (trabajo en equipo, motivando y dirigiendo a los integrantes de este).

4) Ejecución (relación de las actividades planificadas).

5) Control (comparación de las actividades realizadas con las planificadas).

El buen desempeño de una organización puede ser calculado a los objetivos buscados. También depende de la eficacia. Ahora la administración moderna deja a un lado los modelos autocráticos, para que los empleados utilicen los recursos más valiosos: la inteligencia, el talento y el conocimiento, a esto se le llama Empoderamiento o *Empowerment*, afirma Idalberto Chiavenato, en *Administración general y pública*.

Agrega que todo proceso administrativo implica una toma de decisión, y esta parte comprende de cinco fases:

- a. Problema (percepción e identificación del problema)
- b. Diagnóstico (búsqueda del entendimiento de la situación)
- c. Opciones (creación de ideas y generación de soluciones)
- d. Decisión (comparación, juicio y elección)
- e. Evaluación (estimación de resultados)

**2. Plan estratégico.** Es un conjunto de políticas, estrategias, metodologías, técnicas y mecanismos de carácter administrativo y organizacional, cuyo propósito es lograr que la entidad planifique su gestión administrativa para facilitar el cumplimiento de su misión y objetivos institucionales y sectoriales.

Se divide en tres planes: estratégico, táctico y operativo.

También se resume la estrategia como la acción que la organización elige.

La metodología tiene cuatro focos de atención:

- a. Foco en el lucro: rentabilidad del negocio (gastar menos de lo que se gana).
- b. Foco en el cliente: la satisfacción del público.
- c. Foco en el trabajo: expresa la productividad y la calidad del producto.
- d. Foco en las personas: denota la colaboración entre los miembros del equipo. (Chiavenato, 2004)

**3. Administración musical.** El concepto se buscó en diversas modalidades, como administración de la música, gestión musical, negocio de la música o comercio de la música. También se encontraron definiciones como

administración de espectáculos o administración artística, que son carreras que se ofrecen en otros países y abarcan el marco musical.

Leonardo Salazar, autor de *Música Ltda. El negocio de la música para emprendedores* (2010), manifiesta que existen tres formas de ganar dinero por medio de la música: el "show business", la industria discográfica y la propiedad intelectual. La primera incluye la venta de servicios (shows), de productos (discos) y la explotación de derechos (royalties). Pero debido a la evolución de los formatos digitales, la venta de discos ha disminuido, por lo que ahora el engranaje principal en la productividad musical es el show.

Salazar cita a Chris Anderson, quien escribió *The long tail*, y dice que él demostró que la música se compone de millones de nichos. Música para jugar, bailar, dormir, enamorarse, de relajamiento, de protesta. Al igual, hay de la académica al jazz, al rock, entre otros. Y que el gran mercado terminó, ahora existen micromercados, mini-hits y artistas satélites.

En *La gestión de las músicas actuales*, de Rubén Caravaca Fernández, manifiesta que son múltiples los implicados en la música actual:

- a. Autores y compositores
- b. Artistas
- c. Directores musicales, de escena, de video
- d. Musicólogos
- e. Organizadores
- f. Promotores
- g. Programadores
- h. Salas de música
- i. Locales de ensayo
- j. Festivales
- k. Críticos y periodistas musicales

- l. Instituciones públicas y privadas
- m. Discográficas
- n. Editoriales
- o. Estudios de grabación
- p. Escuelas de formación
- q. Profesores de música, baile, canto
- r. Fabricantes de instrumentos musicales
- s. Servicios relacionados (abogados, hostelería, transporte, publicidad)
- t. Servicios auxiliares (montajes, seguridad)
- u. Público

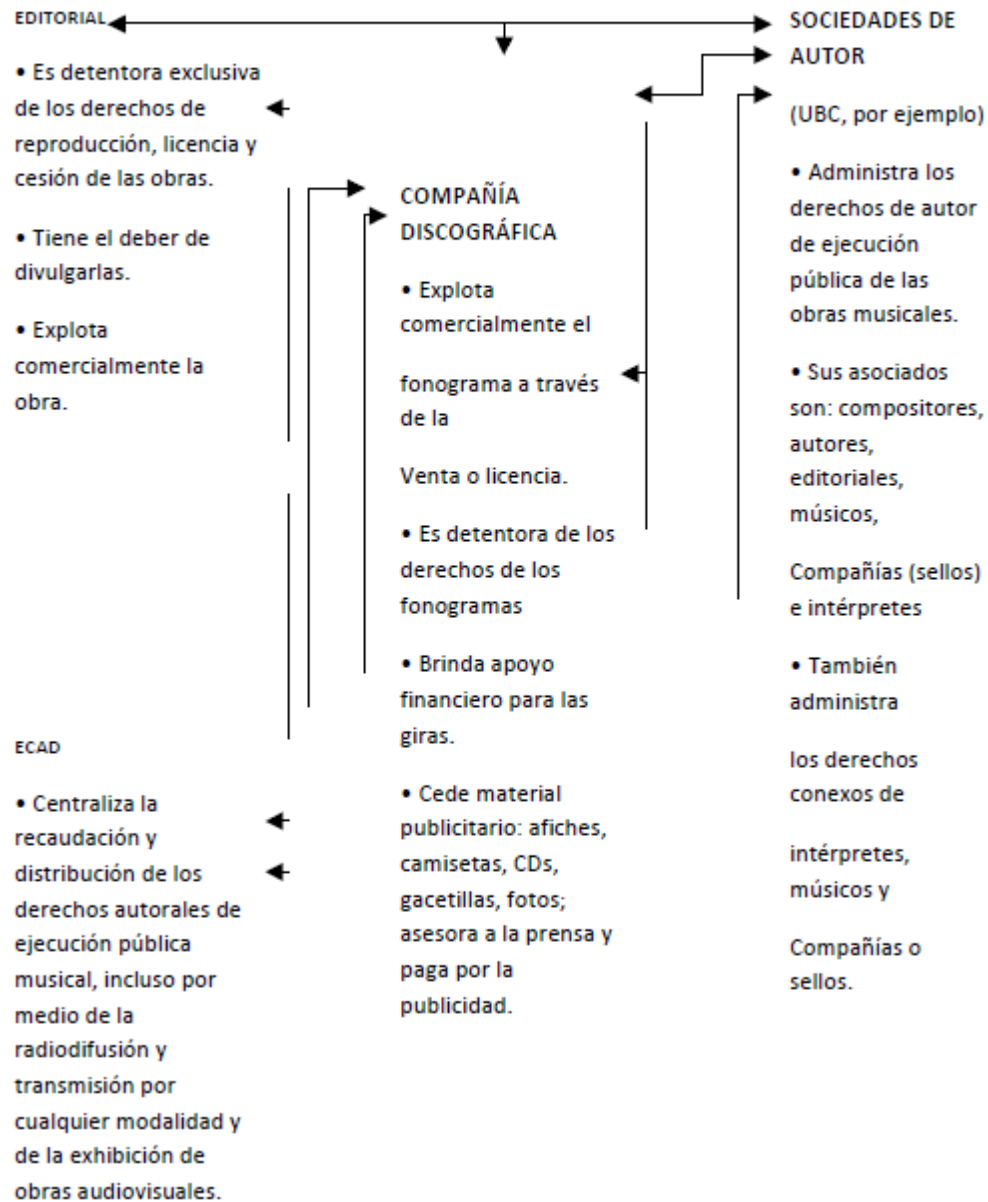
Por aparte, Salazar hace énfasis en las oportunidades de negocio que el artista por sí solo debería de emprender para que consiga su sustento. Hace la analogía de que un jugador de fútbol quiere ingresar siempre a la selección nacional, así mismo es el artista con su banda, quiere tener éxito, pero no todos lo consiguen. Por ello propone que el artista está bien que se enfoque en un proyecto como su lanza principal, pero debe abordar otras labores que le podrían generar fuentes de ingreso. Entre ellas está la banda de covers, de orquesta, instrumentista, maestro, locutor en radios, realizador de banda sonora (publicidad, juegos, teatro, cine, moda), sonidista, montajes de estructuras, productor discográfico, asistente técnico, dirección artística (album o show), editor musical, arreglista, compositor, fabricante de instrumentos y masterizador, entre otros.

En sí, la administración de la música, según David Throsby, en su texto *El papel de la música en el comercio internacional y en el desarrollo económico* (2001), se dio forma por la industria de la música porque esta se compone de las empresas y las personas que lucran mediante la creación y venta por medio de conciertos, grabaciones, discos y otras. Entre las personas y organizaciones que operan dentro de la industria son: los que componen e interpretan la música; las empresas y profesionales que crean y venden música grabada (por ejemplo, los

editores de música, productores, estudios de grabación, ingenieros, sellos discográficos, tiendas al por menor y de la música en línea, organizaciones de derechos de rendimiento); los que presentan las actuaciones en directo de música (agentes de reserva, promotores, salas de conciertos, equipo del camino); profesionales que ayudan a los músicos con sus carreras musicales (gerentes de talento, artistas y gestores de repertorio, administradores de empresas, abogados de entretenimiento); los que emiten música (satélite, internet y radio de difusión); periodistas; educadores; fabricantes de instrumentos musicales; así como otros.

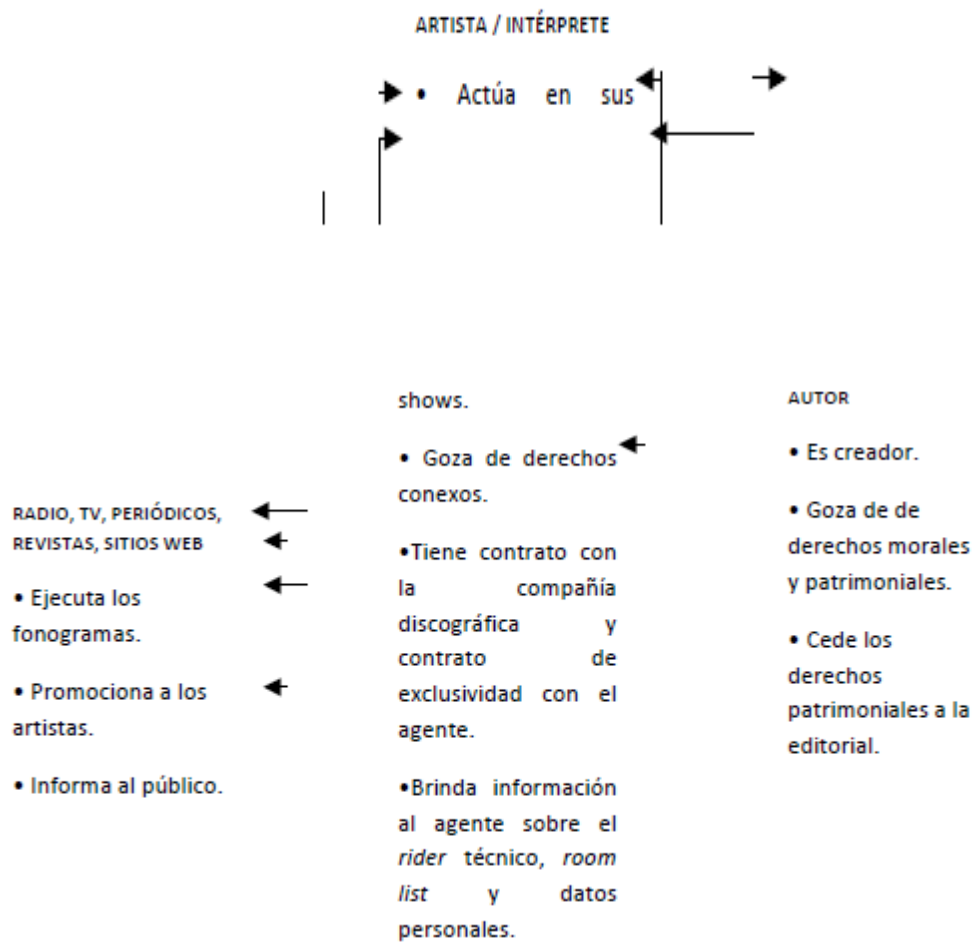
## Organigrama del Show Business

A continuación, se presenta un organigrama resumido del *Show Business*



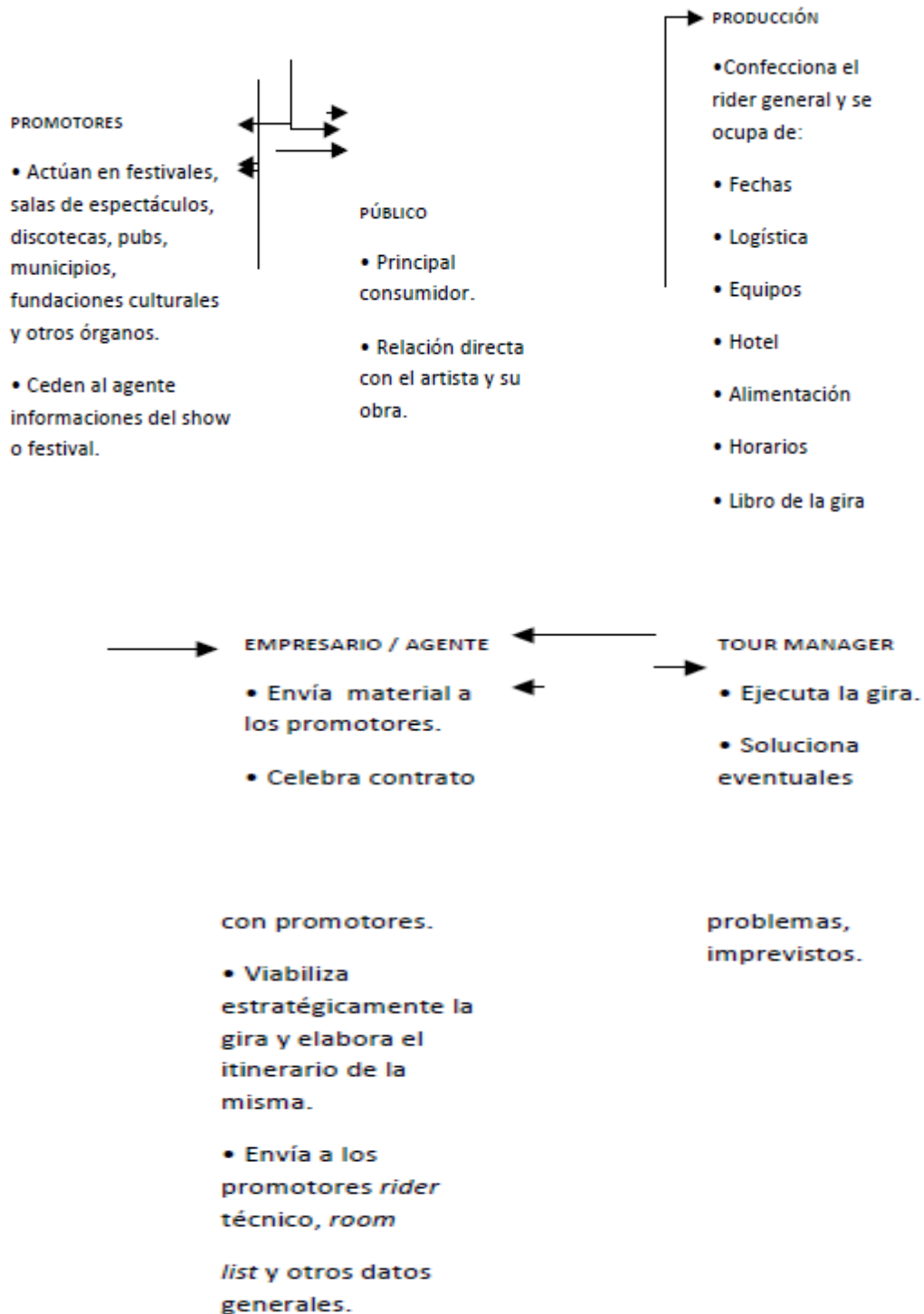
Fuente: Leonardo Salazar (2009), *Música Ltda. El negocio de la música para emprendedores*.

## Continuación del Organigrama del Show Business



Fuente: Leonardo Salazar (2009), *Música Ltda. El negocio de la música para emprendedores*.

## Continuación del Organigrama del Show Business



Fuente: Leonardo Salazar (2009), *Música Ltda. El negocio de la música para emprendedores.*

Aparte, Eduardo Venegas, en su tesis *Investigación de la industria musical y metodología en la producción de audio y construcción visual de una banda de rock* (2009), expresa que "la música se comporta como un negocio, uno muy difícil y a veces injusto. Se puede caer en el error de creer que la música o el músico no tienen relación alguna con los negocios, la realidad es que el artista, músico, el ingeniero, el manager, etc., todos hacen parte del negocio de la industria musical y deben estar en la capacidad de comprenderlo para desenvolverse adecuadamente dentro de él... si no se venden, el negocio fracasará, y esta conciencia permitirá trazar objetivos claros para alcanzarlos".

**4. Estructura empresarial de la música.** La industria de la música es un sistema complejo de diferentes organizaciones, empresas e individuos y ha sufrido cambios dramáticos en el siglo XXI. Sin embargo, para Salazar (2010) la mayoría de los participantes en la industria de la música aún cumplen con sus roles tradicionales:

**a. Composiciones.** Las composiciones son creadas por compositores y son propiedad originalmente por esa persona, aunque pueden ser vendidos. Por ejemplo, en el caso del trabajo por contrato, la composición es propiedad de inmediato por otra parte. Tradicionalmente, las licencias de los propietarios de derechos de autor o "designados" algunos de sus derechos (por ejemplo, de distribución y ventas) a las editoriales, por medio de un contrato de edición. La editorial (o una sociedad colección opera en nombre de muchos de estos editores y compositores) recoge los honorarios (conocidos como "derechos de publicación") cuando se utiliza la composición.

**b. Grabaciones.** Las grabaciones se crean grabando artistas, a menudo con la ayuda de los productores de discos y los ingenieros de sonido. Tradicionalmente fueron hechos en estudios de grabación (que son pagados una tarifa diaria o por hora) en una sesión de grabación. En el siglo XXI, los avances en la tecnología de grabación han permitido a muchos productores y artistas para

crear "estudios caseros", sin pasar por el papel tradicional de los estudios de grabación. Una sesión de grabación también puede requerir los servicios de un arreglista, músicos de estudio, profesores de canto o incluso escritor fantasma para ayudar con las letras.

**c. Medios.** Medios físicos (tales como CDs) son vendidos y son propiedad de los consumidores. Un distribuidor de música proporciona los medios físicos desde el fabricante al minorista y mantiene relaciones con los minoristas y compañías discográficas. El vendedor de música paga el distribuidor, quien a su vez paga la compañía de discos para las grabaciones. La compañía discográfica paga regalías mecánicas para el editor, compositor y cantautor por medio de una sociedad de gestión. La compañía discográfica luego paga las regalías, si contractualmente obligado, al artista de grabación. Al comprar descargas digitales, el consumidor puede llegar a un acuerdo para las licencias, términos que son inherentes a los derechos de autor.

**d. Música en vivo.** Un promotor reúne a un artista intérprete y el propietario de un lugar y organiza contratos. Una agencia de reservas representa al artista a promotores, hace ofertas y actuaciones.

Artistas exitosos suelen emplear un equipo de carretera: una organización semipermanente que viaja con el artista. Está dirigido por un tour manager y proporciona iluminación de la etapa, el refuerzo de sonido en vivo, afinación de instrumentos musicales y mantenimiento, guardaespaldas y transporte. En las grandes giras, el equipo puede incluir un contador, director de escena, peluqueros y maquilladores. Las tripulaciones locales están normalmente contratadas para ayudar a equipos de movimiento y fuera del escenario. En pequeñas giras, todos estos trabajos se pueden manejar por unos pocos roadies, o por los propios músicos.

**e. Gestión del artista, la representación y el personal.** Los artistas pueden contratar a un número de personas de otros campos para ayudarles en su carrera. El manager supervisa todos los aspectos de la carrera de un artista a cambio de un porcentaje de los ingresos del artista. Un abogado les ayuda con los detalles de sus contratos con las compañías discográficas y otras ofertas. Un gerente de negocios se encarga de las transacciones financieras, impuestos y contabilidad.

**f. Modelos de negocio emergentes.** Además de estas relaciones comerciales tradicionales, se están desarrollando nuevas formas de hacer negocios en el siglo XXI. Las líneas tradicionales de artistas, editores, compañías discográficas, distribuidores, minoristas y de consumo se han desdibujado. Los artistas pueden ser dueños de sus propias empresas editoriales, de gestión y puede promover y grabar a sus canciones. Los artistas pueden promover y comercializar, utilizar los servicios gratuitos como YouTube o los medios de comunicación social. Las nuevas tecnologías de distribución de música digitales también han de volver a examinar las definiciones de propiedad intelectual y los derechos de todas las partes involucradas.

**g. Marketing.** "Philip Kotler y Kevin Keller, en su libro *Administración de marketing*, afirman que el marketing suple las necesidades de forma lucrativa y transforma una necesidad, particular o social, en una oportunidad de negocios beneficiosa.

El marketing es la actividad de satisfacer las necesidades y deseos de personas o grupos de personas a través de la venta de productos o servicios. Los clientes no compran productos o servicios sino soluciones a sus problemas, necesidades y deseos.

Kotler y Keller señalan que el profesional del marketing trabaja en pos de estimular la demanda por los productos de la organización", menciona Salazar.

Según Venegas (2009), el propósito de esta estrategia es influenciar en la impresión del consumidor respecto a un producto o servicio, y en el caso de la música, el artista debe llegarles a las personas y definir un público específico.

**h. Marketing Cultural.** Salazar agrega un concepto más, que es el marketing cultural, el cual es un producto cultural, sea del área de la música, literatura, artes escénicas o audiovisuales. Y que el mayor desafío de esta disciplina es armonizar la relación artista-obra-mercado.

En este caso existen otros actores que son importantes, el patrocinador y el auspiciante. El primero consiste en que entrega dinero al artista y el segundo únicamente productos o servicios. Y la relación que tiene con el artista se realiza mediante un documento llamado "proyecto cultural".

Paola Matheu, en el libro *Manual del músico independiente* (2014), refiere que Mike King, quien es catedrático de Berklee College of Music, EE. UU., propone cuáles son los componentes para un plan de marketing "para cumplir con las metas y de haber definido el mercado o público objetivo:

- 1) La descripción del artista y del álbum
- 2) Detalle su mercado demográfico y geográfico
- 3) Prensa
- 4) Online/Video
- 5) Forma de distribución
- 6) Radio
- 7) Televisión
- 8) Tour
- 9) Publicidad
- 10) Merchandising o artículos de promoción
- 11) Oportunidades adicionales

No olvides al final de esta proyección, elaborar un presupuesto que se adecue a tus posibilidades y necesidades derivadas de tu plan principal; esto te dará un panorama general muy importante al momento de poner todo en orden".

Agrega que la canción es el 75% del trabajo y el 25% restante es lo que el artista pueda hacer para que llegue al gran público.

**i. Redes sociales.** Las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram permiten una interacción con los usuarios, superando la división jerárquica entre emisores y receptores, y las garantías de publicidad física a digital. Además, rompen el esquema que son un espacio de comunicación y no solo de ocio. Lo importante de usar esta herramienta en la música es generar contenidos e interesar actividades, como conciertos, venta de productos e incluso llevar un registro de las visitas para reflejar para que patrocinadores o compradores se interesen en las bandas, menciona Salazar.

Matheu (2014) dice "Debes ser fiel a lo que eres y a lo que quieres lograr, sobre todo con tu público. Por mucho que tu imagen sea manejada con astucia, llega un momento en que las personas sabrán quién eres realmente. Aún más cuando buscas identificarte con el público. No te vuelvas spam, o no seas de lo que publican frases que todo el mundo pronuncia o repite, la gente se dará cuenta y no estás mostrando tu verdadera personalidad a través de una frase que es, primero de otras personas (y no estás dando los derechos de autor), y segundo, que no siempre irá en la línea de lo que piensas".

**j. Finanzas.** Salazar define: "En su obra *Introducción a la economía*, Paulo Viceconti y Silvério das Neves definen "economía" como la ciencia social que estudia la producción, la circulación y el consumo de bienes y servicios utilizados para satisfacer las necesidades humanas. También puede ser definida como la ciencia que estudia el uso de recursos escasos para la producción de bienes alternativos".

La RAE (2016) refiere el significado como "la obligación que alguien asume para responder de la obligación de otra persona".

**k. Distribución.** Cuando un artista logra trabajar sus canciones en un CD o como sencillo, tiene que pensar en cómo llegará su producto a la gente. Antes los discos era el material más accesible de distribuir, pero con el paso del tiempo la tecnología mejoró y se reparte por Internet. Muy pocas personas se dirigen a las tiendas musicales a comprar la música, sino que por plataformas electrónicas consiguen los temas que desean. Entre ellas *Amazon, iTunes, Deezer, Spotify*, entre otros. La mejor manera para que esto funcione es tener un buen plan de publicidad, mercadeo y promoción. Así como aprovechar todas las herramientas, aunque requieren de una gran cantidad de trabajo para llegar a tener éxito. Venegas, (2009).

**5. Diplomado.** La Real Academia Española (2016) define "diplomar" como "Conceder a alguien un diploma facultativo o de aptitud". Para complementar, el Consejo de Universidades Nacionales de Venezuela (2006), especifica un diplomado como cursos de estudios no conducentes a la obtención de títulos ni de grados académicos, curricularmente dinámicos y flexibles, de profundización y actualización del conocimiento en diferentes áreas, que satisface necesidades específicas del contexto social, nacional e internacional. No constituyen estudios de postgrado.

**a. Características mínimas de los diplomados:**

- 1) Formarán parte de los cursos de educación continua y permanente de las instituciones de Educación Superior.
- 2) Estarán conformados por un diseño curricular, basado en competencias, a partir de un diagnóstico de necesidades reales.

3) La duración mínima de un diplomado será de 120 horas. La máxima estará determinada por la naturaleza del conocimiento y las actividades que se deseen desarrollar, en cuyo caso no podrá exceder de 200 horas.

4) Para la aprobación del programa se condicionan al logro de las competencias establecidas en la modalidad presencial con un 75% de asistencia como mínimo".

**6. Pénsum investigados.** Se realizó un sondeo sobre el pénsum que manejan las universidades internacionales reconocidas por su preparación en el ámbito de la administración musical. Los cursos que se detallan a continuación son los cursos que tienen en común, estos serán tomados en cuenta para elaborar el mapa curricular del Diplomado en Administración Musical de la Universidad del Valle.

**Tabla No. 2**

**Cursos relacionados con Administración Musical de la Universidades extranjeras**

Se señala qué universidad tiene el curso con el número que le corresponde

<b>Curso</b>	<b>EEUU</b>	<b>México</b>	<b>España</b>	<b>Inglaterra</b>	<b>Total</b>
	1. Berklee College of Music 2. Musicians Institute 3. Los Angeles Recording School 4. Yale	1.Fermatta	1.Universitat Pompeu Fabra 2.Universitat de Valencia 3.Universidad Católica de Murcia	1. The Institute	

<b>Curso</b>	<b>EEUU</b>	<b>México</b>	<b>España</b>	<b>Inglaterra</b>	<b>Total</b>
Administración de la música	1,2,3,4	1	1,2,3	1	9
Derechos de autor o aspectos legales sobre la música	1,2,3,4	1	1,2,3	1	9
Emprendimiento	1,2,4	1	2	0	5
Producción musical	1,2,3,4	1	1,2,3	1	9
Mercadeo musical	1,2,3	1	2,3	1	7
Distribución de la música	1,2,3,4	1	2,3	1	8
Estrategias de la web	1,2	0	1,2	1	5
Ética y liderazgo	1,4	1	2,3	1	6
La música internacional	1,2,4	1	1,2,3	1	8
Conciertos y tours	1,2,3,4	1	1,2,3	1	9
Creatividad musical	1,2,3,4	1	1,2,3	1	9

Fuente: elaboración propia, investigación sobre cursos en diferentes universidades.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **A. Objetivo general**

- Diseñar una propuesta de un Diplomado en Administración Musical en la Universidad del Valle de Guatemala

### **B. Objetivos específicos:**

- Analizar las diferentes propuestas curriculares de administración musical en otras universidades.
- Diseñar un Diplomado en Administración Musical en la Universidad de Valle de Guatemala enfocado a estudiantes de las licenciaturas en música, arte, entre otros.
- Realizar entrevistas a profesionales en el ámbito de la administración para hacer un juicio de expertos sobre la propuesta.
- Realizar entrevistas a estudiantes del Profesorado y Licenciatura en Música de la UVG para socializar y validar la propuesta.

### **C. Descripción del diseño**

El estudio gira en torno a la validación de la propuesta del Diplomado en Administración Musical, por medio de un muestreo deliberado. Para ello se recopilaron y expusieron datos, se analizaron y se evaluaron a expertos.

Para esto se analizó los diseños curriculares de distintas universidades internacionales, además, los cursos que ya ofrece el diplomado de la AEI, el Técnico en Música de Atempo, y de la Licenciatura en Música con especialidad en

Tecnología Aplicada de la Universidad Galileo, para brindar una propuesta curricular con calidad y necesaria para la Universidad del Valle de Guatemala.

En la evaluación se entrevistaron a posibles estudiantes del diplomado para analizar cuál es el interés de inscribirse y qué tan atractiva les parece la propuesta.

Además, la entrevista a expertos fue necesaria para saber cuál es la visión que tienen sobre una propuesta de diplomado en administración de la música y para tener más información de cómo plantear los cursos.

#### **D. Descripción de la población y la muestra**

1. Expertos. La población elegida para el estudio son profesionales que tienen conocimiento sobre administración musical.

2. Potenciales estudiantes. Estudiantes de las carreras de música de la Universidad del Valle de Guatemala e interesados externos en el diplomado de administración musical. La muestra invitada estará conformada por profesionales y candidatos, se pretende tener una muestra de 30 a 40 participantes.

#### **E. Descripción del instrumento**

Para la obtención de información necesaria se utilizarán tres instrumentos:

1. Para profesionales expertos se realizará un instrumento con preguntas de respuesta cerrada y otra serie con respuesta abierta.

2. Para estudiantes interesados en la especialización se realizará un instrumento con ítems de respuesta cerrada.

3. Se realizarán entrevistas a administradores de la música o personas vinculadas con la aplicación de técnicas de la especialidad.

## **F. Descripción del procedimiento**

### 1. Propuesta

- a. Investigar las propuestas curriculares de licenciaturas en administración de la música en otras universidades.
- b. Hacer un sondeo para determinar cursos a impartir en el diplomado.
- c. Organizar los cursos de la propuesta basado en los cuadros del inciso b.
- d. Redactar descripción de cada curso.
- e. Analizar los perfiles de egreso e ingreso de las diferentes universidades y de la Universidad del Valle de Guatemala, para crear los perfiles de la propuesta.
- f. Analizar propuestas curriculares basadas en competencias.

### 2. Entrevistas:

- a. Hacer un instrumento de preguntas abiertas y cerradas para profesionales que están relacionados con administración de la música.
- b. Concertar citas para hacer la entrevista.
- c. Analizar los datos obtenidos para mejorar la propuesta.

## V. PROPUESTA

### A. Propuesta del programa

#### 1. Objetivo del diplomado

a. Contribuir en la formación de la administración musical y que impacte en el desarrollo artístico y comercial del país.

b. Reforzar la formación profesional de la administración musical en los estudiantes.

c. Desarrollar metodologías educativas y especializaciones administrativas en los estudiantes para el área musical o proyectos musicales.

**2. Perfil del egresado.** Basado en las entrevistas con los expertos en el ámbito musical, se detectó que el perfil de egreso de los estudiantes debe incluir las siguientes características:

a. Administrar y gestionar proyectos musicales y artísticos.

b. Desarrollar producciones musicales y artísticas.

c. Innovar el negocio de la música.

#### 3. Estructura curricular

a. Disciplinarias

a) Música

b) Administración

c) Mercadotecnia

d) Finanzas

e) Derecho

f) Recursos Humanos

g) Tecnología

b. Ejes curriculares:

- a) Emprendimiento
- b) Ética
- c) Creatividad
- d) Innovación
- e) Profesionalismo

d. Duración:

- a) Tres horas diarias, una vez por semana durante 50 semanas.
- b) Tendrán receso entre 15 y 20 minutos.
- c) Deberán cumplir con el 80% de asistencia a cada uno de los cursos.

e. Metodología. En este diplomado no se impartirán clases magistrales, más bien la idea es que sean conceptos prácticos y que se enriquezca con la experiencia de cada uno de los alumnos y generar así un aprendizaje global y vivencial.

1. Principios metodológicos. Fomentar un aprendizaje interactivo entre los participantes, presentaciones de informes, ejercicios, propuestas de casos con escenarios de la vida real y explicaciones de profesores.

La evaluación se basará en asistencia, autoevaluación, resolución de ejercicios, informes escritos y presentaciones en clase. Asimismo, lista de cotejos, rúbricas e investigaciones.

## **B. Descripción de los cursos**

1. **La industria de la música.** El estudiante analiza el comportamiento de la música en la sociedad, así como su función cultural tanto la forma de

emplearla como un producto o bien. Explica la evolución en las diferentes industrias musicales y su transformación conforme al tiempo. Comprende la música como identidad, cultura y actividad social, la música como bien de consumo, la industria cultural: compañías discográficas y la música independiente, y la música en la actualidad: una visión global.

**Perfil del catedrático:** Especialista en historia de la música, especialmente en la industria y administración de la música.

**Propuesta de catedrático:** Giacomo Bounafina.

**2. Gestión de proyectos musicales I.** Administrar la música como un negocio, constituyendo una empresa o sociedad, son las competencias que desarrollará el alumno. Además, será capaz de implementar conceptos como los procesos administrativos, administración estratégica, liderazgo y ética.

**Perfil del catedrático:** Conocer sobre la Administración de Empresas y Musical.

**Propuesta de catedrático:** Daniel Cifuentes.

**3. Gestión de proyectos musicales II.** El alumno aplica conocimientos financieros y humanos para el negocio de la música, realizando análisis de balances, control de costos, presupuestos y gestiones de recursos humanos.

**Perfil del catedrático:** Conocer sobre Finanzas y Recursos Humanos.

**Propuesta de catedrático:** Rodrigo Rodríguez

**4. Producción musical I.** Se desarrollan habilidades de criterio en los estudiantes para formar una identidad al artista, englobando melodías, análisis de la forma, público objetivo, autoproducción, conocimiento de registros sonoros, arreglos, letra de canciones, grabación y mezcla para la producción musical.

**Perfil del catedrático:** Con estudios en Producción musical, conocimientos sobre softwares de música y Análisis de la forma.

**Propuesta del catedrático:** Juan Carlos Barrios.

**5. Producción musical II.** El alumno aplica conocimientos de logística y procesos que se toman en cuenta para llevar a cabo producciones de música con éxito. Implementa óptimamente recursos humanos, económicos y materiales para producciones musicales. Aprende a organizar espectáculos, el management y promoción, contratos, tipos de rider técnicos, escenarios y actores involucrados en el montaje de eventos musicales.

**Perfil del catedrático:** Experiencia en logística para eventos.

**Propuesta de catedrático:** Christa Krings

**6. Marketing de la música.** El alumnado desarrolla estrategias mercadológicas para vender la música. Aplica conceptos como marketing mix y mezcla promocional (publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y medios de comunicación y el marketing directo) en la comercialización musical.

**Perfil del catedrático:** Tener conocimientos y experiencia sobre Marketing, Public Relationships enfocados en la música.

**Propuesta del catedrático:** Paola Matheu

**7. Nuevos modelos de negocio.** El estudiante promociona productos y servicios de la música por medio de redes sociales, medios de comunicación impresos, digitales y otros formatos de difusión.

**Perfil del catedrático:** Conocer sobre Ventas, Marketing y Community Manager.

**Propuesta del catedrático:** Sebastián del Buey

**8. Distribución digital.** El estudiante es capaz de integrar las nuevas tecnologías para la difusión musical, aprende la utilización de las licencias para distribución musical, plataformas musicales en la web, aplicaciones para dispositivos móviles e interacción público-artista.

**Perfil del catedrático:** Conocer sobre comercialización de la música, especialmente digital.

**Propuesta del catedrático:** Sebastián del Buey

**9. Derechos de autor.** Comprende temas globales y regionales de cómo en el país se trabajan las licencias, derechos y obligaciones en el negocio de la música, entre ellos la propiedad intelectual, gestión de derechos, contrato discográfico y el editorial, y consolidación de negocio.

**Perfil del catedrático:** Conocer sobre Propiedad intelectual

**Propuesta del catedrático:** Lucrecia Rivera

**10. Proyecto.** Al final, el estudiante aplica conocimientos adquiridos en el desarrollo de un proyecto musical.

**Perfil del catedrático:** Experiencia en manejo de proyectos universitarios, específicamente en la Universidad del Valle, con Licenciatura en Música.

**Propuesta del catedrático:** Mayra Carrera

### C. Malla Curricular

#### MALLA CURRICULAR DEL DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN MUSICAL

Año	No.	Nombre del curso	Descripción del curso	Períodos
1	1	<b>La industria de la música</b>	El estudiante analiza el comportamiento de la música en la sociedad, así como su función cultural tanto la forma de emplearla como un producto o bien. Explica la evolución en las diferentes industrias musicales y su transformación conforme al tiempo. Comprende la música como identidad, cultura y actividad social, la música como bien de consumo, la industria cultural: compañías discográficas y la música independiente, y la música en actual: una visión global.	5*

Año 1	No.	Nombre del curso	Descripción del curso	Períodos
	2	<b>Gestión de proyectos musicales I</b>	Administrar la música como un negocio, constituyendo una empresa o sociedad, son las competencias que desarrollará el alumno. Además, será capaz de implementar conceptos como los procesos administrativos, administración estratégica, liderazgo y ética.	5*
	3	<b>Gestión de proyectos musicales II</b>	El alumno aplica conocimientos financieros y humanos para el negocio de la música, realizando análisis de balances, control de costos, presupuestos y gestiones de recursos humanos.	5*
	4	<b>Producción musical I</b>	Se desarrollan habilidades de criterio en los estudiantes para formar una identidad al artista, englobando melodías, análisis de la forma, público objetivo, autoproducción, conocimiento de registros sonoros, arreglos, letra de canciones, grabación y mezcla para la producción musical.	5*
	5	<b>Producción musical II</b>	El alumno aplica conocimientos de logística y procesos que se toman en cuenta para llevar a cabo producciones de música con éxito. Implementa óptimamente recursos humanos, económicos y materiales para producciones musicales. Aprende a organizar espectáculos, el management y promoción, contratos, y tipos de rider técnicos, escenarios, y actores involucrados en el montaje eventos musicales.	5*

Año 1	No.	Nombre del curso	Descripción del curso	Períodos
	6	<b>Marketing de la música</b>	El alumnado desarrolla estrategias mercadológicas para vender la música. Aplica conceptos como marketing mix y mezcla promocional (publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y medios de comunicación y el marketing directo) en la comercialización musical.	6*
	7	<b>Nuevos modelos de negocio</b>	El estudiante promociona productos y servicios de la música por medio de redes sociales, medios de comunicación impresos, digitales y otros formatos de difusión.	5*
	8	<b>Distribución digital</b>	El estudiante es capaz de integrar las nuevas tecnologías para la difusión musical, aprende la utilización de las licencias para distribución musical, plataformas musicales en la web, aplicaciones para dispositivos móviles e interacción público-artista.	5*
	9	<b>Derechos de autor</b>	Comprende temas globales y regionales de cómo en el país se trabajan las licencias, derechos y obligaciones en el negocio de la música son parte de los conocimientos que aprende el alumno: entre ellos la propiedad intelectual, gestión de derechos, contrato discográfico y el editorial, y consolidación de negocio.	4*
	10	<b>Proyecto</b>	Al final, el estudiante aplica conocimientos adquiridos en el desarrollo de un proyecto musical.	5*

\*es un período semanal que durará 3 horas.

#### **D. Requisitos de admisión:**

1. Poseer conocimientos básicos sobre teoría musical.
2. Título a nivel medio.

#### **E. Perfil del egresado**

El estudiante es capaz de reconocer los valores de la industria de la música internacional y local, aplica sus conocimientos en áreas profesionales como management, booking, marketing de la música, producción de eventos y de estudio, ejecución de recursos humanos y finanzas.

##### **1. Saber hacer**

- a. Se desempeña en equipos de trabajo de producción de eventos musicales.
- b. Crea estrategias para la venta de eventos musicales.
- c. Logra administrar una empresa relacionada con la producción musical.
- d. Coordina y dirige proyectos musicales.
- e. Aplica e integra diferentes técnicas y conceptos de marketing de la música.
- f. Fortalece la comunicación en un equipo de trabajo relacionado al negocio de la música.

##### **2. Saber**

- a. Posee formación musical, administrativa, de recursos humanos, finanzas, legales y recursos humanos con énfasis en el negocio de la música.
- b. Aplica conceptos del negocio de la música.
- c. Desarrolla estrategias para la promoción del negocio de la música.
- d. Comprende y analiza el fundamento del negocio de la música.

### **3. Saber ser**

a. Asume liderazgo y ética en para llevar a cabo la venta de un evento musical, así como administrar el evento antes y después de realizarse.

b. Tiene estrategias y actualiza el aprendizaje en los saberes profesionales.

c. Es ético en el negocio de la música.

d. Respeta los valores de su equipo de trabajo.

e. Valora a las personas que forman su equipo de trabajo.

f. Es emprendedor, innova en la producción de la música.

g. Se adapta a los contextos cambiantes.

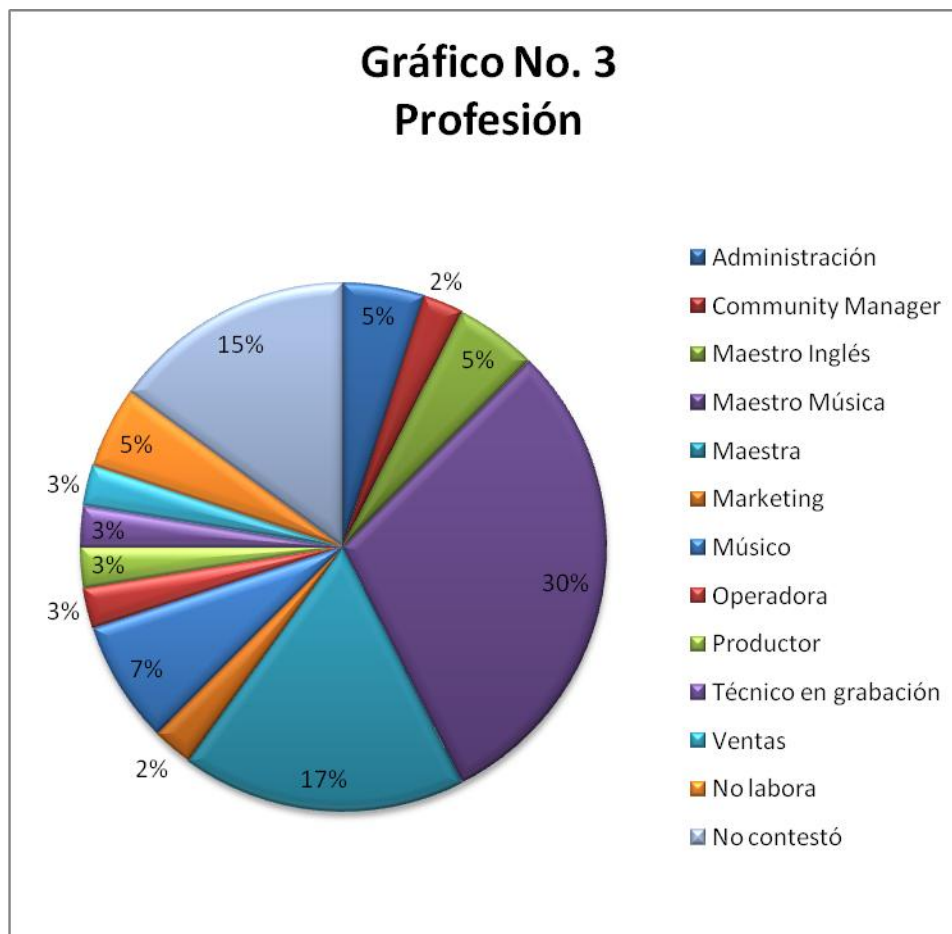
## VI. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### A. Tablas comparativas

Se realizó una encuesta a 40 alumnos de la Universidad del Valle de Guatemala de la Facultad de Educación, de la carrera de Música, para conocer sus apreciaciones sobre la implementación y propuesta de un Diplomado en Administración Musical, estos son los resultados estadísticos:

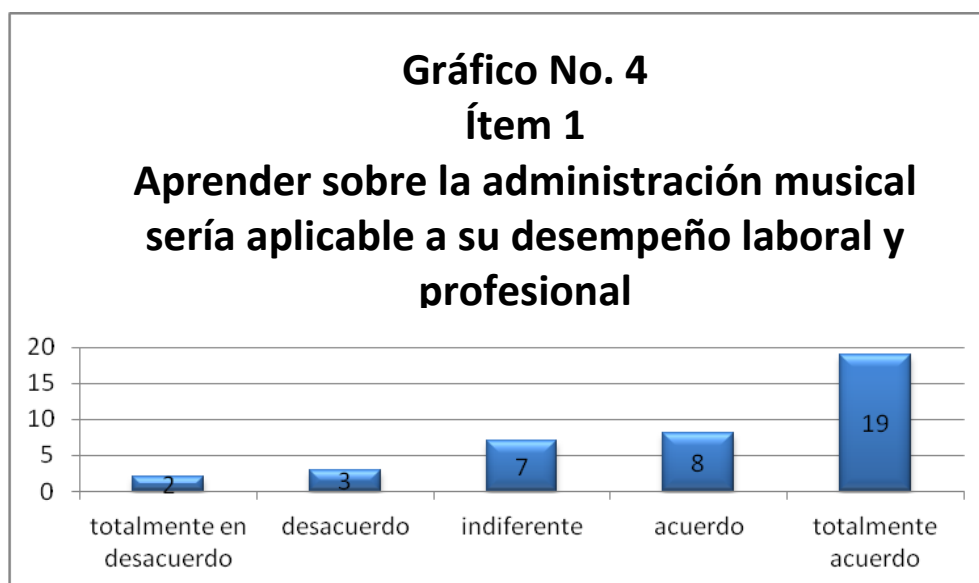


En cuanto al género de los entrevistados prevalece el número de sexo femenino con 57% que equivale a 24 de los sujetos entrevistados. Y el sexo masculino con 29% que son 12 hombres.



De las diversas profesiones que los encuestados colocaron como respuesta, las de mayor peso son los maestros incluyendo en estos: maestros de música, inglés y algunos que no especifican en qué área trabajan, haciendo un total de todos los maestros del 52.5% del total de encuestados que son 21.

## B. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

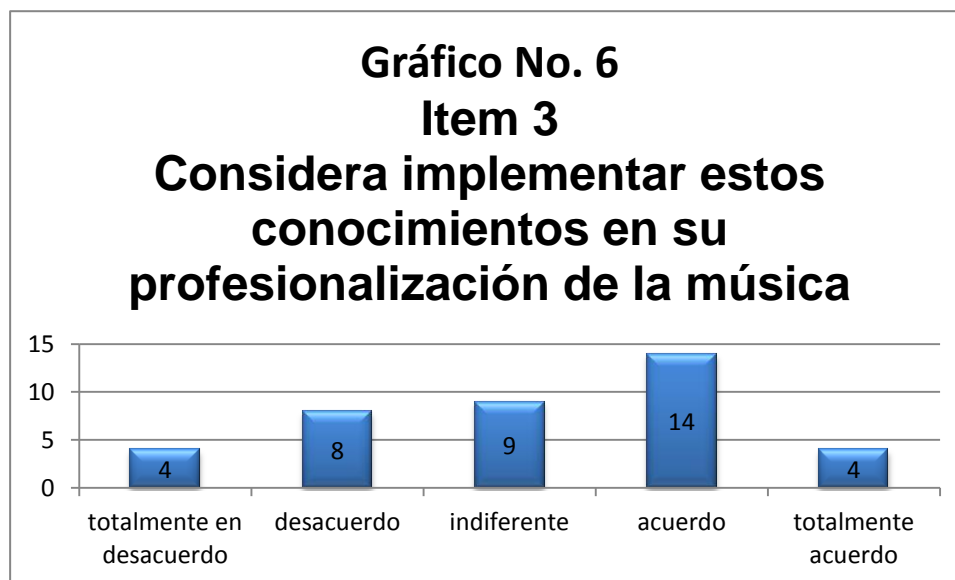


El 48% de los sujetos encuestados contestó que al aprender sobre la administración musical sí lo aplicaría en su desempeño laboral y profesional; sin embargo, el 5%, que son dos personas, no le encuentra aplicación y, al preguntarles si su trabajo tenía relación con la música respondieron que no.

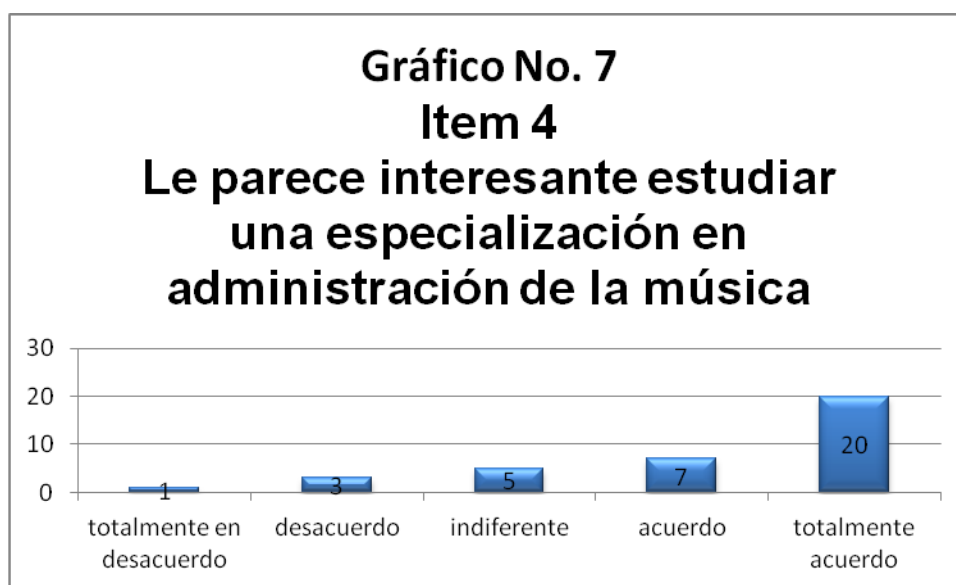


Más del 60% de los entrevistados consideran que se deben desarrollar habilidades de administración al estudiar una carrera relacionada con la música; sin embargo, siete personas que representan el 18% contestaron de forma indiferente por su

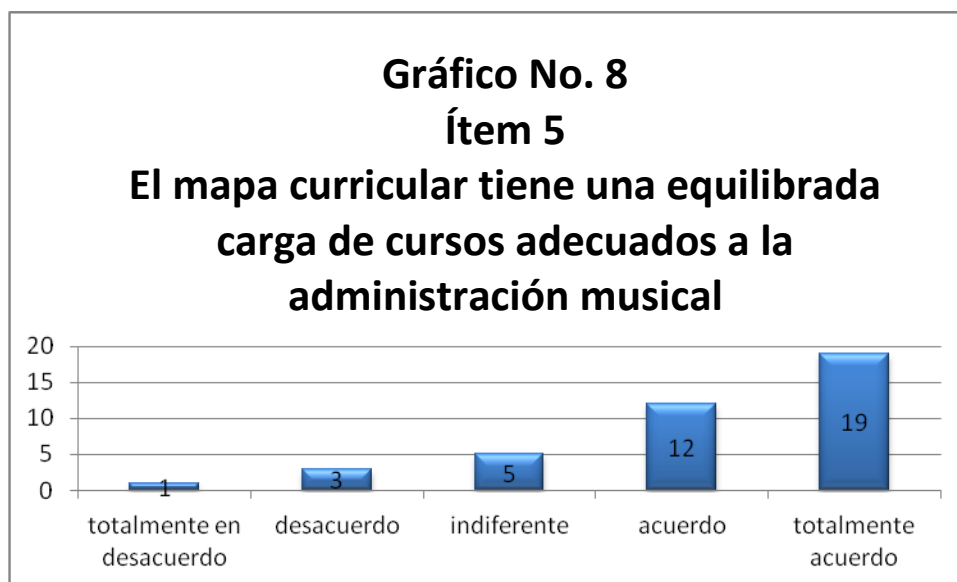
profesión ya que 4 de ellos se dedican estrictamente a la educación y tres sujetos no contestaron a qué se dedican.



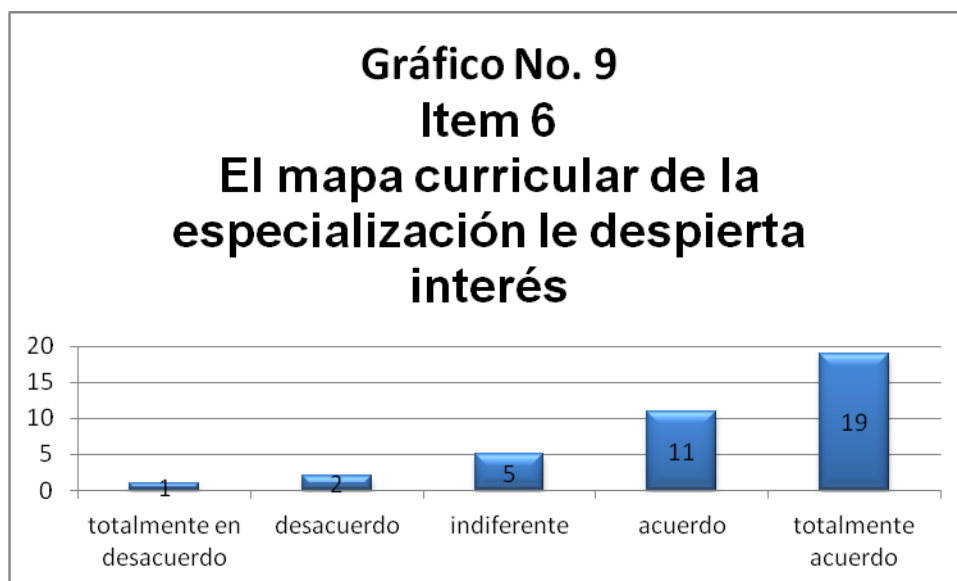
Se les encuestó a los sujetos acerca de la implementación de los conocimientos en la profesionalización de la música, a lo cual el 40% contestó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. A pesar, el 10% considera en completo desacuerdo, y representan a cuatro sujetos que no se dedican por completo a la música.



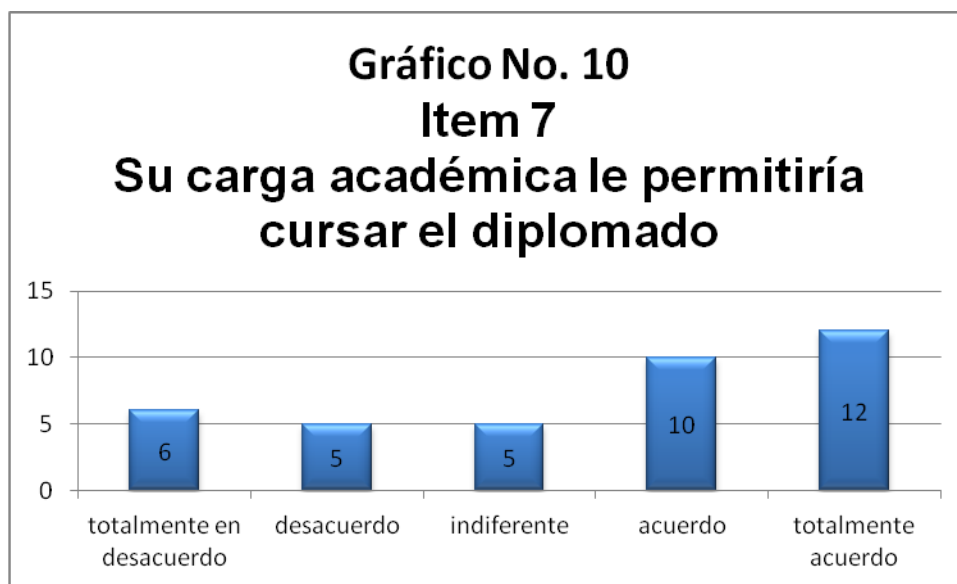
En cuanto al interés sobre estudiar una especialización de música, cerca del 65% de los encuestados tiene interés por el mismo por estar involucrados laboralmente con esta actividad. La única totalmente en desacuerdo con el interés que provoca es una persona de 25 años que no se dedica a la música.



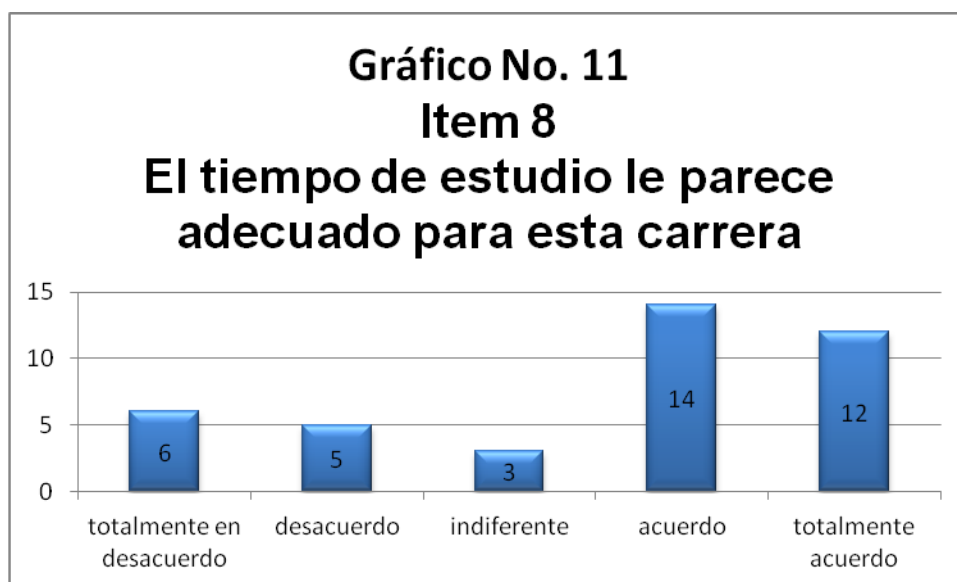
Luego de presentado el mapa curricular, 31 personas que representan el 77% de los encuestados opina que la carga de cursos es equilibrada. El 13% le es indiferente por no realizar una actividad extracurricular.



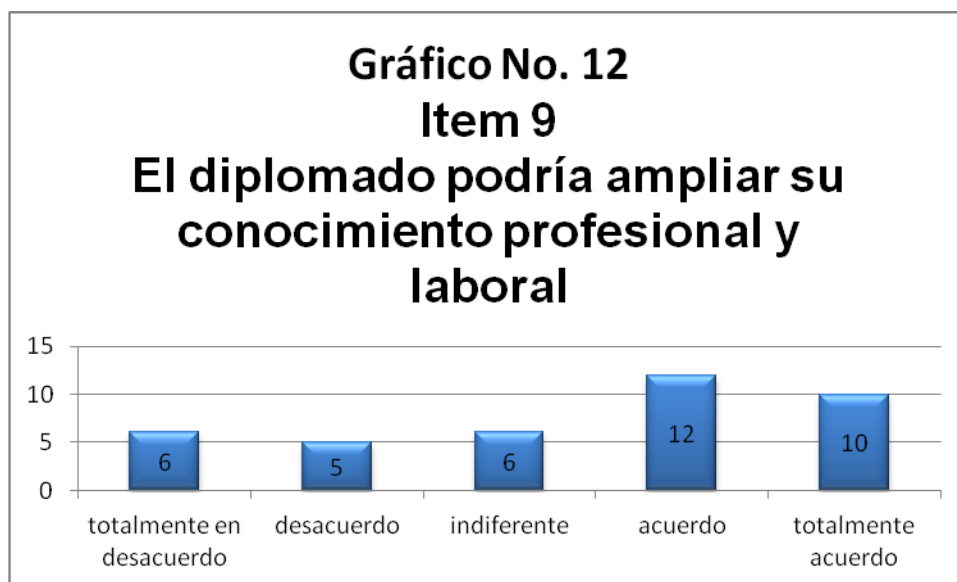
El 75% de los participantes en la evaluación se mostraron satisfechos con el bifoliar informativo de la carrera, el cual se elaboró de forma semejante a los que utiliza la UVG.



En cuanto a la carga académica como impedimento para cursar el diplomado, 22 personas opinan que no lo es, esto es el 55% de los encuestados. Las personas que están en desacuerdo o son indiferentes es porque llevan cinco o más cursos actualmente.



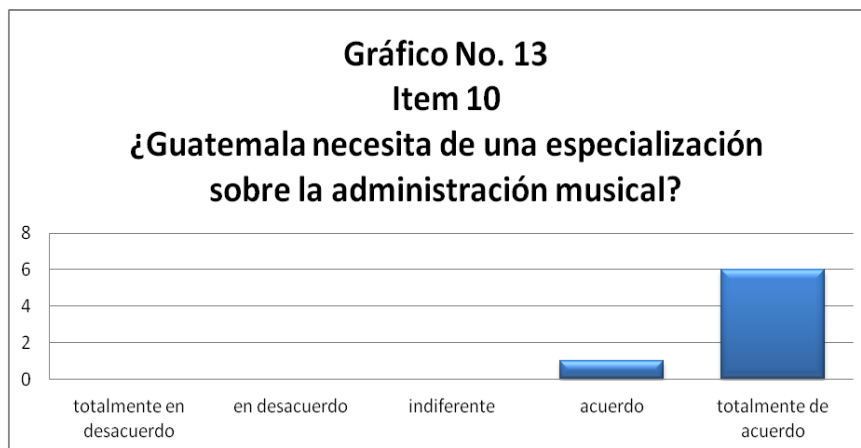
Al valorar el tiempo disponible para estudiar la carrera, la mayoría dijo estar de acuerdo. Once sujetos (27%) dijeron estar parcialmente en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con el tiempo para estudiar la especialización.



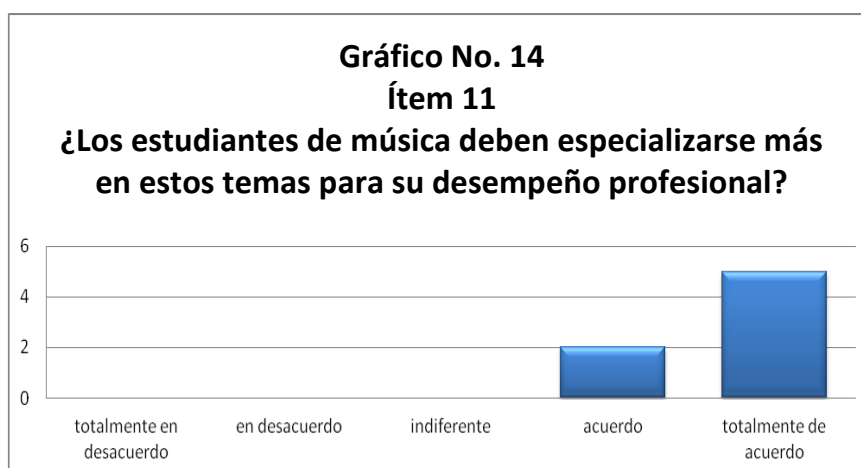
El 55% de los encuestados considera que este diplomado podría ampliar su conocimiento profesional y laboral, pues su trabajo está directamente relacionado con la música. Cinco sujetos de los encuestados que están en total desacuerdo o desacuerdo, su trabajo sí tiene relación con la música y tres no lo tienen. Los otros tres sujetos no contestaron a qué se dedican.

### **C. OPINIÓN DE EXPERTOS**

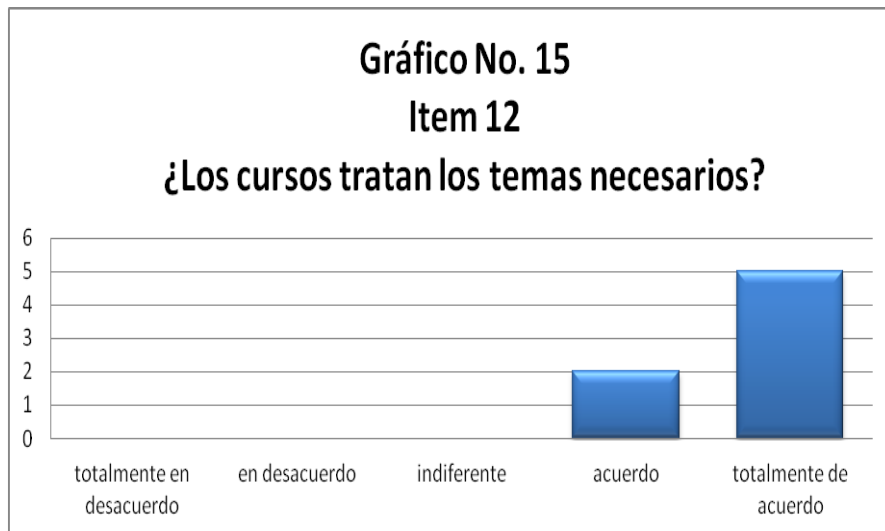
A continuación, se presenta el análisis de los resultados de las entrevistas que se realizaron a los expertos en administración musical. Las siete personas encuestadas han sobresalido en el ámbito musical guatemalteco. Seis de ellos han tenido la oportunidad de estudiar en el extranjero cursos relacionados con la administración musical.



El 100% de los expertos están totalmente de acuerdo y acuerdo en que se impartan conocimientos sobre administración de la música en el país porque trabajan en la industria musical.



Debido a la experiencia que tienen los expertos encuestados, el 100% está totalmente de acuerdo y acuerdo que al estudiar música los estudiantes deben adquirir conocimientos administrativos para desempeñarse profesionalmente. Uno de los entrevistados comentó que posterior a su carrera musical debió aprender en una universidad sobre la administración de la música para ser una persona más competente.



Según los encuestados, al analizar la malla curricular sobre la propuesta al Diplomado en Administración Musical, opinaron en que se encuentran los temas necesarios en las distintas asignaturas para su óptimo desempeño. Uno de ellos informó que la mayoría de los cursos están relacionados con los que estudió en el extranjero al especializarse en la administración musical.

## VII. CONCLUSIONES

1. Según la investigación realizada sobre la carrera de Administración Musical en diferentes universidades extranjeras, en el pensum del Diplomado en Administración Musical de la Universidad del Valle de Guatemala se incluyen los siguientes cursos: La industria de la música, Gestión de proyectos musicales, Producción musical, Marketing de la música, Nuevos modelos de negocio, Distribución digital y Derechos de autor, entre otros.
2. Los estudiantes entrevistados, quienes son los potenciales en la implementación de este diplomado en la universidad, mostraron su apreciación positiva en que exista este tipo de complemento en la carrera enfocada a la música que actualmente estudian.
3. Según los resultados obtenidos en las encuestas, el 100% que equivale a siete personas expertas en el ámbito musical guatemalteca, considera necesaria la preparación en la administración musical en el país.
4. El 65% de los sujetos encuestados mostró interés en estudiar este diplomado, de estos, el 48% luego de haber visto la malla curricular, se muestran satisfechos y creen que se complementan con los cursos necesarios. Esto coincide con lo que piensa nuestro experto entrevistado sobre los cursos y secuencia de estos, pues menciona que son muy similar es a lo que estudió en el extranjero, la especialización en administración musical.
5. Al entrevistar a los expertos coinciden en que la malla curricular contiene los temas y cursos necesarios para estudiar un Diplomado en Administración Musical, así como el tiempo para estudiarla, con un promedio de 5 de una escala de 1 a 5.

6. Con la experiencia profesional que los expertos desempeñan en Guatemala, consideran que los estudiantes carecen de conocimientos administrativos, que algunos ejecutan estos procesos empíricamente y se puede prever dificultades con un conocimiento previo.
  
7. Basado en las entrevistas con los expertos en el ámbito musical, se detectó que el perfil de egreso de los estudiantes del diplomado debe: administrar y gestionar proyectos musicales y artísticos, desarrollar producciones musicales y artísticas e innovar el negocio de la música.

## VIII. RECOMENDACIONES

1. Se sugiere que los docentes que impartan cada uno de los cursos sean elegidos con especial cuidado, sean constantemente actualizados en las nuevas tendencias, tanto musicales como administrativas, y cumplan con el perfil de catedrático.
2. Se sugiere implementar proyectos emprendedores que nazcan en las clases y que posteriormente se desarrollen. Asimismo, que se explote el talento nacional y así se fortalezca la industria de la música guatemalteca.
3. Es necesario que a los estudiantes de este diplomado no solo se les brinde la teoría de los temas, sino que hagan mucho trabajo de campo, visiten, participen y organicen eventos musicales para aplicar lo aprendido.
4. Se sugiere que en la Universidad del Valle de Guatemala se implemente el Diplomado en Administración Musical, el cual brindará a los egresados un mejor desempeño en el ámbito de la industria musical

## IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **Aguirre Aguirre, Eduardo.** 2005 *Metodología del diseño*, México, Universidad Autónoma de Guadalajara.
- Alarcón, Francisco y Luna, 2003 *Antecedentes, Situación Actual y Perspectivas de la Evaluación y Acreditación de la Educación Superior en Centroamérica*. IESALC/UNESCO-USUCA
- Barbier J. M. 1999 *Prácticas de formación. Evaluación y análisis*. Facultad de Filosofía y Letras (UBA), Novedades Educativas, Buenos Aires.
- Barbier, J. M. 1993 *La evaluación en los procesos de formación*. Paidós, Barcelona, España
- Barlow, D. Hersen. 1976 *Diseños experimentales de caso único* Ed. Martínez Roca.
- Cabrero García, Julio, Richart Martínez, Miguel. 1992 *Metodología de la investigación*. España, Gaceta Sanitaria.
- Calero Vinelo, Aristides. 1978 *Técnicas de Muestreo*. La Habana, Pueblo y Educación
- Caravaca Fernández, Rubén. 2009 *La gestión de las música actuales*. España
- Chivenato, Idalberto. 2004 *Introducción a la teoría general de la administración*. Brazil.
- Fernández, Anxo Armada. 2013 *Innovación en el sector musical: plataformas y modelos de negocio*.
- González Orellana, Carlos: 1997 *Historia de la Educación en Guatemala*. Editorial Universitaria, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Hill Charles W. y Jones Gareth R. *Administración Estratégica, un enfoque integrado*, 6ª Edición. México: Mcgraw-Hill Interamericana
- Koontz Harold y Weihrich Heinz (2004) *Administración una perspectiva global*, 12ª. Edición México: McGraw-Hill Companies

- Salazar, Leonardo. 2010. *Música Ltda. El negocio de la música para emprendedores*. España
- Méndez Orellana, José Miguel. 2010 *Guía para el conocimiento adecuado de la realización de una producción discográfica*, Guatemala.
- Ministerio de educación 2005 *Currículo Nacional Base, Educación Primaria*. Guatemala, MINEDUC.
- Mondy R. Wayne y Noe Robert M. (2005). *Administración de Recursos Humanos*, 9ª Edición, México: Pearson Educación
- Ministerio de educación 2009 *Currículo Nacional Base, Expresión Artística*, Subárea Educación Musical. Guatemala, MINEDUC.
- POPHAM, W.J. 1980 *Problemas y Técnicas de la Evaluación Educativa*. Anaya: Madrid, España
- Reyes Ponce, Agustín (1989). *Administración Moderna*. México: Limusa
- Sierra, Jorge; Ponce, Antonio; Matheu, Paola. 2014 *Manual del músico independiente*. Guatemala.
- Venegas, Eduardo. 2009 *Investigación de la industria musical y metodología en la producción de audio y construcción visual de una banda de rock*.
- Viceconti, Paulo. 2013 *Introducción a la economía*. Brazil

## REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- Postgrado en Gestión del Negocio Global de la Música recuperado de:  
<http://www.idec.upf.edu/programa-de-postgrado-de-gestion-de-empresas-en-la-industria-de-la-musica/contenidos-academicos>
- La Producción de Espectáculos, recuperado de:  
[http://www.gestioncultural.com.uy/vinculos/MGC5B\\_4.pdf?v=ptorvrAoSTs](http://www.gestioncultural.com.uy/vinculos/MGC5B_4.pdf?v=ptorvrAoSTs)
- Producción y montaje de eventos masivos (mayo 2006) recuperado de:  
[http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16\\_0514.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0514.pdf)
- Alice-Ann Darrow, Jane W. Cassidy, Patricia J. Flowers, Dena Register, Wendy Sims, Jayne M. Standley, Elizabeth Menard, and Olivia Swedberg,
- **Applications of Research in Music Education**, *May 2009; vol. 27, 2: pp. 12-26.* (Edición electrónica  
[http://upd.sagepub.com/search/results?fulltext=music+therapy&x=10&y=13&submit=yes&journal\\_set=spupd&src=selected&andorexactfulltext=and](http://upd.sagepub.com/search/results?fulltext=music+therapy&x=10&y=13&submit=yes&journal_set=spupd&src=selected&andorexactfulltext=and))
- University of Lodz, Faculty of Management en Polonia, Lodz. 2011 Licenciatura En La Especialización De Gestión Administrativa, (Edición electrónica <http://www.master-maestrias.com/University-Courses-Executive-Diploma-Program-Certificate/Negocios-Ciencias-Economicas-y-Administracion/Administraci%C3%B3n/Polonia/University-of-Lodz-Faculty-of-Management/Licenciatura-En-La-Especializaci%C3%B3n-De-Gesti%C3%B3n-La-Gesti%C3%B3n-Empresarial/>)
- UNITEC, Universidad Técnica del centro 2011 **Programa de Actualización Gerencial** (Edición electrónica <http://www.unitec.edu.ve/diplomados.html>)

- UPN, Universidad Privada del Norte 2011 Lima, Perú. **Programa de Nivelación UPN**
- **Music Industry, June 2012**, recuperado de:  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Music\\_industry](http://en.wikipedia.org/wiki/Music_industry)

## X. ANEXOS

### A. Anexo No. 1

#### CUESTIONARIO DE PROPUESTA PARA DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN MUSICAL

Actualmente se está realizando una propuesta para aperturar el Diplomado en Administración Musical en la Universidad Del Valle de Guatemala. Respecto a esto, se quiere conocer la percepción de los estudiantes de esta casa de estudios, así como otros músicos y administradores o negociantes en el ámbito musical. La información obtenida es de carácter confidencial y con fines educativos. Agradeceremos su colaboración.

Edad:  años      Sexo:  Masculino  Femenino

¿Qué carrera estudia?

¿Cuántos cursos lleva?:

¿Estudia otra carrera?:

¿Su trabajo está relacionado a la música?:

Realiza alguna actividad extracurricular, ¿cuál?

**INSTRUCCIONES:**

1. Lea detenidamente cada afirmación.
2. Marque sólo una respuesta en cada pregunta.
3. Coloque una "x" dentro del cuadro que represente de mejor manera su percepción.
4. El cuestionario debe ser contestado con lapicero.

No	Pregunta	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
0.	Le gusta el helado. (Ejemplo)					X
1.	Aprender sobre la administración musical sería aplicable en su desempeño laboral y profesional.					
2.	Los músicos deben desarrollar habilidades de administración de la música en su carrera.					
3.	Considera implementar estos conocimientos en su profesionalización de la música.					
4.	Le parece interesante estudiar una especialización en administración de la música.					
5.	El mapa curricular tiene una equilibrada carga de cursos adecuados a la administración musical.					
6.	El mapa curricular de la especialización le despierta interés.					
7.	Su carga académica actual le permitiría cursar el diplomado.					
8.	El tiempo de estudio le parece adecuado para esta carrera.					
9.	El diplomado podría ampliar su conocimiento profesional y laboral.					

10. ¿Está interesado con la propuesta del diplomado? ¿Por qué?

---



---



---



---



---



---

11. Escriba como mínimo los tres principales aspectos positivos y negativos que percibe con respecto a la propuesta del diplomado.

<b>Aspectos positivos</b>	<b>Aspectos negativos</b>
-	-
-	-
-	-

## Anexo No. 2

### ENTREVISTA A EXPERTOS

Actualmente se está realizando una propuesta para aperturar el Diplomado en Administración Musical en la Universidad Del Valle de Guatemala. Respecto a esto, se quiere conocer la percepción de profesionales en el negocio de la música. La información obtenida es de carácter confidencial y con fines educativos. Agradeceremos su colaboración.

**Instrucciones:** a continuación, encontrará unas preguntas en formato de cuestionario para que a su opinión considere necesario contestar. Además, habrá una escala de la cual tendrá que marcar con una "x".

- 1) ¿Guatemala necesita de una especialización sobre la administración musical?  
¿Por qué?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

---



---



---



---

- 2) ¿Los estudiantes de música deben especializarse más en estos temas para su desempeño profesional? ¿Por qué?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

---



---

---

---

3) ¿Los cursos tratan los temas necesarios?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

---

---

---

---

4) ¿Cree que el tiempo es adecuado para la especialización?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

---

---

---

---

5) ¿El programa está claro y bien organizado?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

---

---

---

---

6) ¿En el negocio de la música se ha visto la carencia de conocimientos administrativos?

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

---

---

---

---

## Anexo No. 3

### Evaluación de la propuesta

Instrucciones: a continuación encontrará una descripción de los cursos que se proponen para el Diplomado en Administración Musical. Por favor marque qué calificación le otorgaría de acuerdo a su apreciación a cada uno de los siguientes aspectos. Además, puede sugerir contenidos necesarios que también se deberían de abarcar o adquirir.

#### 1) La industria de la música:

El estudiante analiza el comportamiento de la música en la sociedad, así como su función cultural tanto la forma de emplearla como un producto o bien. Explica la evolución en las diferentes industrias musicales y su transformación conforme al tiempo. Comprende la música como identidad, cultura y actividad social, la música como bien de consumo, la industria cultural: compañías discográficas y la música independiente, y la música en actual: una visión global.

Calidad de la descripción

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

Pertinencia del curso

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

---



---



---



---

## 2) Gestión de proyectos musicales I:

Administrar la música como un negocio, constituyendo una empresa o sociedad, son las competencias que desarrollará el alumno. Además, será capaz de implementar conceptos como los procesos administrativos, administración estratégica, liderazgo y ética.

Calidad de la descripción

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo

Pertinencia del curso

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo

---



---



---



---

## 3) Gestión de proyectos musicales II:

El alumno aplica conocimientos financieros y humanos para el negocio de la música, realizando análisis de balances, control de costos, presupuestos y gestiones de recursos humanos.

Calidad de la descripción

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo

Pertinencia del curso

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo

---



---



---



---

#### 4) Producción musical I (grabación):

Se desarrollan habilidades de criterio en los estudiantes para formar una identidad al artista, englobando melodías, análisis de la forma, público objetivo, autoproducción, conocimiento de registros sonoros, arreglos, letra de canciones, grabación y mezcla para la producción musical.

Calidad de la descripción

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

Pertinencia del curso

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

---



---



---



---

#### 5) Producción musical II (música en directo):

El alumno aplica conocimientos de logística y procesos que se toman en cuenta para llevar a cabo producciones de música con éxito. Implementa óptimamente recursos humanos, económicos y materiales para producciones musicales. Aprende a organizar espectáculos, el management y promoción, contratos, y tipos de rider técnicos, escenarios, y actores involucrados en el montaje eventos musicales.

Calidad de la descripción

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

Pertinencia del curso

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

---



---



---

## 6) Marketing de la música:

El alumnado desarrolla estrategias mercadológicas para vender la música. Aplica conceptos como marketing mix y mezcla promocional (publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y medios de comunicación y el marketing directo) en la comercialización musical.

Calidad de la descripción

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo

Pertinencia del curso

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo

---



---



---

## 7) Nuevos modelos de negocio

El estudiante promociona productos y servicios de la música por medio de redes sociales, medios de comunicación impresos, digitales y otros formatos de difusión.

Calidad de la descripción

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo

Pertinencia del curso

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo

---



---



---



---

## 8) Distribución digital

El estudiante es capaz de integrar las nuevas tecnologías para la difusión musical, aprende la utilización de las licencias para distribución musical, plataformas musicales en la web, aplicaciones para dispositivos móviles e interacción público-artista.

Calidad de la descripción

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

Pertinencia del curso

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

---



---



---



---

## 9) Derechos de autor

Comprende temas globales y regionales de cómo en el país se trabajan las licencias, derechos y obligaciones en el negocio de la música son parte de los conocimientos que aprende el alumno: entre ellos la propiedad intelectual, gestión de derechos, contrato discográfico y el editorial, y consolidación de negocio.

Calidad de la descripción

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

Pertinencia del curso

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

---



---



---



---

## 10) Proyecto

Al final, el estudiante aplica conocimientos adquiridos en el desarrollo de un proyecto musical.

Calidad de la descripción

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

Pertinencia del curso

Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	------------	-------------	---------	-----------------------

---



---



---



---

## Anexo No. 4

### Entrevista a expertos

1. ¿Cuál es su nombre y profesión?
2. ¿Actualmente a qué se dedica?
3. En el ámbito de la administración musical o desarrollo de eventos, ¿ha recibido cursos, capacitaciones o alguna especialización?
4. ¿Cuál ha sido su experiencia o las más destacadas?
5. ¿Cómo ha visto el desarrollo de la administración musical en nuestra sociedad?
6. ¿Es necesario que los músicos aprendan sobre la administración musical?
7. Según su experiencia, ¿qué requerimientos o conocimientos necesita el administrador musical?
8. ¿Qué profesionales tiene a su cargo?

A continuación encontrará una serie de cursos que son similares en los pensum de las universidades más reconocidas mundialmente como Berklee, Musicians Institute, Collage of Music o SAE Institute. Marque 8 que son los más necesarios de implementar en Guatemala, y numérelos por preferencia de 1 a 8.

- Administración de la música \_\_\_\_\_
- Derechos de autor o aspectos legales sobre la música \_\_\_\_\_
- Emprendimiento \_\_\_\_\_
- Producción musical \_\_\_\_\_
- Mercadeo musical \_\_\_\_\_
- Distribución de la música \_\_\_\_\_
- Estrategias de la web \_\_\_\_\_
- Ética y liderazgo \_\_\_\_\_
- La música internacional \_\_\_\_\_
- Conciertos y tours \_\_\_\_\_
- Creatividad musical \_\_\_\_\_

**Anexo No. 5**

## Países y universidades investigadas

No. 1	País	Universidad
1	Estados Unidos	-Berklee College of Music -Musicians Institute -The Los Angeles Recording School -Yale
2	México	-Fermatta
3	España	-Universitat Pompeu Fabra -Universitat de Valencia -Universidad Católica de Murcia
4	Inglaterra	-The Institute

## Anexo No. 6

### Bifoliar

#### Objetivo del diplomado

- Contribuir en la formación de la administración musical y que impacte en el desarrollo artístico y comercial del país.
- Reforzar la formación profesional de la administración musical en los estudiantes.
- Desarrollar metodologías educativas y especializaciones administrativas en los estudiantes para el área musical o proyectos musicales.

#### Perfil del egresado

- Administrar y gestionar proyectos musicales y artísticos.
- Desarrollar producciones musicales y artísticas.
- Innovar el negocio de la música.



# DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN MUSICAL

**UVG** | Universidad del  
Valle de Guatemala

18 Avenida 11-95, Guatemala 01015  
2364 0336



## DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN MUSICAL

No	Nombre del curso	Descripción del curso	Períodos
1	La industria de la música	El estudiante analiza el comportamiento de la música en la sociedad, así como su función cultural tanto la forma de emplearla como un producto o bien. Explica la evolución en las diferentes industrias musicales y su transformación conforme al tiempo. Comprende la música como identidad, cultura y actividad social, la música como bien de consumo, la industria cultural: compañías discográficas y la música independiente, y la música en actual: una visión global.	5*
2	Gestión de proyectos musicales I	Administrar la música como un negocio, constituyendo una empresa o sociedad, serán de las competencias que desarrollará el alumno. Además, será capaz de implementar conceptos administrativos como los proceso administrativo, administración estratégica, liderazgo y ética.	5*
3	Gestión de proyectos musicales II	El alumno aplicará conocimientos financieros y humanos para el negocio de la música, realizando análisis de balances, control de costos, presupuestos y gestiones de recursos humanos.	5*
4	Producción musical I	Se desarrolla habilidades de criterio en los estudiantes, para formar una identidad al artista, englobando melodías, análisis de la forma, público objetivo, autoproducción, conocimiento de registros sonoros, arreglos, letra de canciones, grabación y mezcla para la producción musical	5*
5	Producción musical II	El alumno aplicará conocimientos de logística y procesos que se deben tomar en cuenta para llevar a cabo producciones de música con éxito. Implementará óptimamente recursos humanos, económicos y materiales para producciones musicales. Aprenderá cómo organizar espectáculos,	5*

		el manager y el promotor, contratos, y tipos de rider técnicos, escenarios, y actores involucrados en el montaje eventos musicales.	
6	Marketing de la música	El alumnado desarrollará estrategias mercadológicas para vender la música. Aplicará conceptos como marketing mix y mezcla promocional (publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y medios de comunicación y el marketing directo) en la comercialización musical.	6*
7	Nuevos modelos de negocio	El estudiante promocionará productos y servicios de la música por medio de redes sociales, medios de comunicación impresos, digitales y otros formatos de difusión.	5*
8	Distribución digital	El estudiante será capaz de integrar las nuevas tecnologías para la difusión musical, aprenderá la utilización de las licencias para distribución musical, plataformas musicales en la web, aplicaciones para dispositivos móviles e interacción público-artista.	5*
9	Derechos de autor	Comprender temas globales y regionales de cómo en el país se trabajan las licencias, derechos y obligaciones en el negocio de la música son parte de los conocimientos que aprenderá el alumno: entre ellos la propiedad intelectual, gestión de derechos, contrato discográfico y el editorial, y consolidación de negocio.	4*
10	Proyecto	Al final, el estudiante aplicará conocimientos adquiridos en el desarrollo de un proyecto musical.	5*

\*es un período semanal que durará 3 horas.

**Anexo No. 7****Entrevista a experto****Nombre:**

Daniel Cifuentes

**Profesión:**

Director de desarrollo artístico en la empresa BeArtist

**Tiempo de laborar en el ámbito musical:**

-2010 Negocio de la música

-2008 Estudio de Grabación

**¿Qué estudios tiene sobre música?**

Music Business en Musicians Institute, en Los Ángeles, California, Estados Unidos.

**¿Qué estudios tiene sobre administración?**

Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Rafael Landívar

**¿Ha logrado desarrollar conjuntamente la administración y la música?**

Es de ver a la música como un negocio. Un artista es un producto en varios conceptos y para ello uso bastante herramienta de administración para lograr que un artista alcance sus objetivos. Todo es variable, pero es de basarse en presupuestos, estrategias, objetivos y tácticas.

**Según su experiencia y criterio en llevar la administración y ciencias relacionadas a este tema, ¿cuáles han sido los resultados?**

- "Managment" de Joyce, que es un trío pop. Se detectó cuál era el target para ellos y eran adolescentes. Cuando entré, ellos tenían problemas para organizarse y por ello carecía una falta de toma de decisiones. Abolí esta democracia para analizar las decisiones, designar tareas y nombrar a un líder. Con el problema del presupuesto nos basamos en estrategias. Ofrecimos el producto principalmente para fiestas de 15 años. El objetivo era que fuéramos lucrativos. Muchas veces no hay que confundir el éxito con la fama. En 2013 ellos no generaban ningún ingreso, al contrario, tenían pérdidas. Para el 2014 logramos que generaran solo de utilidades más de Q50 mil. Superamos la expectativa, pues fuimos rentables y generamos estabilidad.

- Paulina Monroy: con ella trabajamos estrategias, como conseguir un restaurante dónde cantara, pero el objetivo era que gente con recursos económicos la contrataran en eventos privados. Nos fue muy bien, pues ella tenía ya unos Q20 mil de ganancia al mes. Aparte, la impulsé, a que se metiera a Tu Ciudad Canta, por lo que le grabé varios "demos", y gracias a esfuerzo logró quedarse con el premio, que era de Q150 mil.

- Desarrollo artístico (BeArtist): es una empresa que formé que trata que las bandas se vean profesionales. Se trabaja la imagen, performance de los artistas. Los entrenó para que ellos tengan algo "único". En caso de los cantantes trabajo a que proyecten credibilidad entre él y la audiencia. De lograr esa conexión y a la vez desarrollen un personaje.

**¿Cuál es el papel de la administración de la música en nuestra sociedad?**

Entender que la música es importante para la sociedad. De entender que un negocio, cualquiera, ya sea un restaurante o un centro comercial necesita de la música para que pueda desempeñarse. Y no es solo de entender uno como músico, sino los mismos empresarios que la música es parte del comercio. Aparte,

también es de comprender que el entretenimiento afecta en múltiples ámbitos de nuestra sociedad. Si se logra fortalecer estos conceptos habrá más trabajo para quien se quiera dedicar a esto.

**¿Considera necesaria la preparación en la administración para desempeñarse en el ámbito musical? ¿Por qué?**

Totalmente de acuerdo. No debe ser solo un miembro, sino todos los músicos que deben conocer sobre la administración, porque todo se basa en la toma de decisiones y su planeación estratégica para saberse proyectar y alcanzar sus objetivos. En este país todo se ha dado empíricamente y se ha tenido que fallar diversas veces para lograr los objetivos. Además, no creo que solo los músicos deben conocer sobre esta ciencia, sino también los promotores de conciertos, sonidistas y todos los que afectan el ámbito del negocio de la música.