

UNIVERSIDAD DE SONORA

**DIVISIÓN DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, SOCIALES Y
AGROPECUARIAS**



Análisis de mercado de *Conniff* Academia y su impacto en la educación de niños y jóvenes del municipio de Santa Ana, Sonora

TESIS

Anaís Guadalupe Castillo Ortega

Santa Ana, Sonora

Marzo de 2018

Universidad de Sonora

Repositorio Institucional UNISON



**“El saber de mis hijos
hará mi grandeza”**



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como openAccess

Análisis de mercado de *Conniff* Academia y su impacto en la educación de niños y jóvenes del municipio de Santa Ana, Sonora

Tesis

Sometida a la consideración del Departamento
de Ciencias Administrativas y Agropecuarias

de la

División de Ciencias Administrativas, Sociales y Agropecuarias

de la

Universidad de Sonora

por

Anaís Guadalupe Castillo Ortega

Como requisito parcial para obtener el título

de

Licenciado en Sistemas Administrativos
con opción en Producción y Calidad

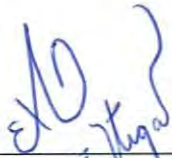
Santa Ana, Sonora


Marzo de 2018

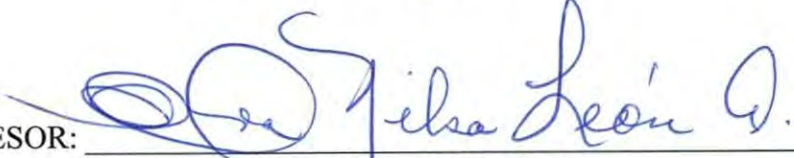
ESTA TESIS FUE REALIZADA BAJO LA DIRECCIÓN DEL COMITÉ TUTORIAL,
APROBADA Y ACEPTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN SISTEMAS ADMINISTRATIVOS CON OPCIÓN EN
PRODUCCIÓN Y CALIDAD

COMITÉ TUTORIAL

DIRECTOR: 
Dra. Elsa Armidá Ortega Verdugo

ASESOR: 
M. D. Nubia Judith Félix Orduño

ASESOR: 
M. E. Eva Nilsa León Alcaraz

DEDICATORIA

A Dios por darme sabiduría y guiarme durante este gran proyecto, puesto que nunca me abandonó en los momentos más difíciles de mi vida, por haberme sostenido para no caer en los períodos difíciles, en los que diversas piedras se situaban en mi camino ¡Gracias por darme Salud y bendición para alcanzar mis metas como persona y como profesional!,

¡Gracias por haberme dado una excelente familia, por permitirme conocer a diversos y ejemplares maestros, gracias porque aun en las diferencias, se demuestra el valor del agradecimiento!

A mi familia por ser una Excelente Familia, por siempre apoyarme para poder lograr todas mis metas: a mi papá, Dr. Josué Castillo Muñoz y mi mamá Jesusita Ortega Verdugo, por ser un ejemplo digno para mí y mis hermanos, que a pesar de muchas circunstancias siempre nos enseñan el ejemplo de seguir estudiando, que el querer es poder.

¡Gracias papá y mamá por darme esta gran herencia que es el estudio, gracias mamá por siempre estar ahí en los momentos cuando más te necesito!, a mis hermanos Josué Ignacio, David Adrián y Jesús Ernesto por ser mi ejemplo, por apoyarme en todo, por motivarme a ser una persona profesional y con méritos en la vida, a ponerme metas y alcanzarlas.

A mi hermanita Angelyn Michelle, por siempre estar ahí para mí a todas horas, por motivarme con su gracia y afecto y por darme muy buenos consejos a su corta edad, gracias por enseñarme tantas cosas, que uno como grande, muchas veces no las ve.

A mis abuelitos, tíos y familia en general, que es grande pero unida, por su amor, apoyo incondicional y estar presente en mi desarrollo profesional, sin olvidar mencionar al Lic. Ramón López Ortega, por haberme motivado a tener una segunda profesión en el ámbito de las artes y por darme la confianza de administrar su Academia *Conniff*.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por ser el máximo creador de la Vida, misma que me ha permitido finalizar una de las primeras metas en mi existencia, como Ser y como Profesionista; por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad o incomprensión, y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y principalmente de Felicidad.

A mi comité tutorial, a la Dra. Elsa Armida Ortega por su motivación, dirección y confianza para desarrollar este estudio como su colaboradora, por su sensibilidad y aprecio hacia la música y por sus aportaciones valiosas a la institución educativa *Conniff* Academia en cada uno de sus proyectos, motivo por el que surge el presente tema de tesis; así mismo a las maestras asesoras, M. D. Nubia Judith Félix Orduño y a M. E. Eva Nilsa León Alcaraz quienes han contribuido con sus apreciables observaciones a la presente investigación.

Al Lic. en Artes Ramón López Ortega, quien con su visión emprendedora, su experiencia profesional y por su pasión hacia las artes, especialmente en el de la música, ha impulsado a varias personas, entre niños y jóvenes a motivarnos por la Educación Musical, la cual tiene gran impacto en nuestro intelecto y formación humana a través de su Institución Educativa *Conniff* Academia, y al cual le agradezco pertenecer con orgullo a algunos de sus proyectos, entre ellos, la primer banda orquesta instrumental denominada “Orquesta del Desierto”, “Voces de Aliento” y “Club Concierto”, que prestigian a la comunidad de Santa Ana y al Estado de Sonora.

¡Gracias!

ÍNDICE

	Página
INTRODUCCIÓN.....	1
REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
Antecedentes de la Música.....	5
El sonido como elemento principal de la música.....	7
Elementos de la Música.....	9
Influencia de la música en la cultura social.....	10
Naturaleza cultural de la música.....	11
Perspectiva Sociológica de la música.....	12
Funciones Psicológicas de la música.....	14
Enfoques de enseñanza nuevos sobre Educación.....	15
Administración de la educación en una academia musical.....	19
Análisis de Mercado de una academia de música.....	23
Análisis de los Servicios que ofrece <i>Conniff</i> Academia.....	24
Misión de <i>Conniff</i> Academia.....	27
Visión de <i>Conniff</i> Academia.....	27
Proceso de Enseñanza en <i>Conniff</i> Academia.....	27
Análisis FODA de <i>Conniff</i> Academia.....	28
Fortalezas.....	28
Oportunidades.....	29
Debilidades.....	29
Amenazas.....	30

Valores de <i>Conniff</i> Academia.....	30
Delimitación del Mercado de <i>Conniff</i> Academia.....	31
Segmentación de Mercado de <i>Conniff</i> Academia.....	31
Cobertura de Mercado del <i>Conniff</i> Academia.....	32
Análisis de Competencia de <i>Conniff</i> Academia.....	32
Análisis de Proveedores de <i>Conniff</i> Academia.....	32
Promoción y Publicidad de <i>Conniff</i> Academia.....	33
MATERIAL Y MÉTODOS.....	34
Sitio de Estudio.....	34
Fuentes primarias y secundarias.....	35
Determinación del tamaño de la muestra.....	36
Instrumento de recolección de datos.....	36
Análisis de información.....	37
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	38
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	49
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51
ANEXOS.....	55

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Ubicación de la Ciudad de Santa Ana en el estado de Sonora.....	34
Figura 2. Distribución de la muestra por edad.....	38
Figura 3. Nivel de estudios de los integrantes de la muestra.....	39
Figura 4. Porcentaje de la muestra que ha tomado clases de música en <i>Conniff</i> Academia o en alguna otra institución.....	39
Figura 5. Porcentaje de la muestra dispuesto a tomar clases de música en <i>Conniff</i> Academia.....	40
Figura 6. Instrumento musicales preferidos por la muestra.....	41
Figura 7. Razones para aprender a tocar instrumentos musicales.....	41
Figura 8. Porcentaje de la muestra interesada en estudiar vocalización.....	42
Figura 9. Géneros musicales de mayor preferencia.....	43
Figura 10. Condiciones importantes para asistir a <i>Conniff</i> Academia.....	43
Figura 11. Monto mensual que estarías dispuestos a pagar por asistir a clases en <i>Conniff</i> Academia.....	44
Figura 12. Tipos de promoción que les gustaría a encuestados de <i>Conniff</i> Academia.....	45
Figura 13. Disponibilidad para asistir en la semana a <i>Conniff</i> Academia.....	45
Figura 14. Horario de preferencia por los encuestados.....	46
Figura 15. Consideraciones sobre apoyo a la cultura de música en la ciudad...	47
Figura 16. Consideraciones de si una academia de música impulsa el talento...	48

RESUMEN

La Música y el Arte tienen una importancia fundamental para el desarrollo de las personas, sobre todo en los niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad social; su práctica y aprendizaje es un reto a lograr para acrecentar sus niveles de conocimiento, habilidades y sensibilidad mediante una tarea gratificante, que además permite expresarse y comunicarse promoviendo las ventajas de la educación musical, como forma de crecimiento personal, formación de conciencia y de elevar la autoestima en beneficio de una comunidad. El objeto de este estudio fue “*Conniff Academia*”, institución educativa musical privada, la cual se ubica en Aldama No. 201 Norte, Colonia Centro de la Ciudad de Santa Ana, Sonora, México. Esta empresa ofrece un servicio profesional de enseñanza del arte de la música mediante la práctica y dominio de distintos instrumentos musicales, siendo responsable de formar niños, jóvenes y adultos que deseen aprender a ejecutar uno o varios instrumentos musicales, con propósitos recreativos para la difusión del arte y la cultura. En el estudio se analizó el mercado de esa institución, la cual promueve educación musical en niños, jóvenes y adultos del municipio de Santa Ana, Sonora, cuyo propósito además de ser un negocio emprendedor, es fomentar la sensibilización en sus alumnos para promover la cultura musical a través de la misma, que les permita mejorar su comunicación, expresión y desarrollo personal con fundamentos pedagógicos y psicológicos, en los que el docente debe aplicar métodos y procedimientos adecuados; por lo que se trata de fundamentar la necesidad de la enseñanza musical por esa academia para alcanzar un desarrollo integral de sus alumnos; así mismo, es un intento de responder a las interrogantes surgidas en el mismo estudio donde se plantea, si es necesario un análisis de mercado para la consolidación de una academia de música, que motive a talentos artísticos en la región del Santa Ana, Sonora, si contar con esa academia de música coadyuvará a que se fomente la cultura musical en los ámbitos educativo, social o

laboral e identificar las competencias de niños a adultos para establecer los métodos o técnicas necesarias para alcanzar una efectiva enseñanza musical. Otro tipo de producto esperado con el análisis de mercado de la academia, es que se logre promover más el talento de personas entusiastas y comprometidas con la cultura musical y el debido reconocimiento a los artistas regionales, en general poco apreciados, reconocidos y motivados en el aspecto social. Debido a lo anterior, los objetivos generales consideraron: 1). Analizar el mercado de *Conniff* Academia y su impacto en la educación de niños y jóvenes de Santa Ana, Sonora y, 2). Fomentar la sensibilización hacia la cultura musical de otros proyectos musicales, para que beneficie a personas interesadas o instituciones educativas, que les permita la inserción en el ámbito educativo, social o laboral. Este trabajo de investigación inició en noviembre de 2016 para culminarse en enero de 2018, tomando en cuenta como antecedente, un estudio realizado en los períodos 2012-2013 para su seguimiento y actualización. La población del estudio fue selectiva con 250 estudiantes de diferentes instituciones educativas y personas que han mostrado interés por conocer lo que la academia ofrece, de los cuales el 58% fueron hombres y 42% mujeres, con edades entre los rangos de 15 a 46 años y algunos de más de 50 años de edad. El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario con 14 preguntas de tipo opción múltiple. Para el análisis de la información, se utilizó estadística descriptiva en la hoja electrónica de Microsoft Excel 2013, la cual permitió la codificación de los datos, a fin de facilitar la captura y análisis de respuestas obtenidas. Respecto a los objetivos planteados se encontró que: el analizar el mercado de *Conniff* Academia es primordial para identificar el porcentaje de clientes potenciales que nunca han tomado clases de música, de los cuales un 84% de los encuestados manifestaron que sí estarían dispuestos a tomar clases en *Conniff* Academia, lo cual significa un alto porcentaje de personas interesadas en adquirir competencias o habilidades en ese tipo de arte. Por otra parte, el estudio implica que sí es

posible el fomentar la sensibilización hacia la cultura musical de proyectos musicales que beneficien a personas interesadas o instituciones educativas de la región de Santa Ana, Sonora, ya que la mayoría de los encuestados (31%), manifestaron su interés en trabajar en el ámbito musical. En referencia a la hipótesis, se ha podido comprobar que la mayoría de las personas (más de 80%) entre ellas niños y jóvenes estudiantes de la academia o de otras instituciones educativas, sí desean el servicio de educación musical considerando que los factores más influyentes son, el servicio y la calidad. Los resultados arrojados permitieron diseñar estrategias que deberá implementar la academia para cumplir con su misión emprendedora hacia la cultura musical en el municipio de Santa Ana, Sonora.

INTRODUCCIÓN

La música es un fenómeno de vital importancia desde sus inicios en la formación y desarrollo integral del ser humano, ya que desde niños ayuda a poner en acción tanto las dimensiones cognitivas, como actitudinales y comportamentales, al integrar el intelecto y los sentidos, el cuerpo, emociones y sentimientos, fortalece la atención y la memoria y la acción de grupo en comunicación con otros. Se entiende como una capacidad innata en la persona, constitutiva de su naturaleza e inherente al proceso educativo, en el sentido de que este proceso va a permitir su desarrollo y se sustenta en la propia naturaleza del ser humano; la educación musical pasa a ser una parte necesaria y fundamental del proceso educativo-evolutivo del mismo.

La música no tiene como única finalidad, crear objetos para apreciación, exhibición y consumo, ósea sonidos para el uso y disfrute de una comunidad, sino un conjunto de prácticas sociales en las que se articulan prácticas empíricas, instituciones, profesiones, disciplinas académicas, públicos, etc. en torno a prácticas de formación, creación, circulación e inclusive de investigación (Hargreaves, 1998).

En Sonora existen escasas academias dedicadas a la enseñanza musical en varios géneros, por lo que surge la necesidad de formar personas que tengan el deseo y dedicación a tocar un instrumento, que contribuyan al desarrollo de talentos y valores musicales. La ciudad de Santa Ana, Sonora es un municipio que se encuentra ubicado al norte de Hermosillo como cruce hacia la frontera norte Nogales, Sonora y hacia la región de Caborca. Es considerada una ciudad muy pequeña, no tiene fuerza en el sector industrial sino en los proyectos que vienen de otras ciudades a establecerse como sucursal en esta comunidad, o bien pequeños y medianos negocios; sin embargo, en los últimos años se ha desarrollado en

varios sectores tanto industriales, ganaderos, etc. y existe más población, lo cual amplía el panorama de detección de oportunidades para establecer ideas de emprendimiento, o de posibles negocios a realizar.

El sentido de emprender negocios en el área musical en Santa Ana, Sonora ha sido de consideración juvenil ya que han surgido algunos conjuntos musicales, y talentos de este mismo arte que tienen una iniciativa o proyecto personal solo visto, pero no manifestado. Existen personas que trabajan en el sector musical o de entretenimiento en la comunidad de Santa Ana que tienen proyectos solo de renta por evento, pero muchos están desanimados en el aspecto de un desarrollo como oficio, por ejemplo; sea en el caso de un conjunto musical de jóvenes de música norteña o pop, lo consideran desmotivante el solo tener que trabajar “pago por evento” pues no existe el factor de motivación como una compañía o una casa de grabación que les brinde el apoyo, menos de una academia musical que los formalice o eduque con mentalidad positiva y capacidad de enriquecer su proyecto, dándole un servicio total al grupo musical, para que desarrolle mejor su profesión artística.

Es importante mencionar que existe interés, sobre todo en niños y jóvenes, de que, en el municipio de Santa Ana, se ubique una academia que coadyuve a incrementar sus niveles culturales en cuestión musical y desarrollo de talentos, ya que se requiere con frecuencia de viajar a ciudades como Hermosillo, Ciudad Obregón, Nogales, entre otras del Estado de Sonora, que cuentan con la capacidad de tener academias musicales. Por otra parte, las instituciones educativas de esas regiones necesitan de maestros instructores en música, que ayuden a incrementar la cultura musical con programas acordes a sus necesidades.

La necesidad de que se establezca una academia de música formal en esa ciudad es de considerable importancia porque se ha detectado que sí hay personas con talentos que

necesitan desarrollarse con una óptima educación musical. Por otra parte, es necesario hacer conciencia en el nivel de autoridad municipal, de que la difusión cultural se inicia con una buena “Educación Artística”, ya que en general no se le considera trascendente y no se le destinan recursos, sí no es a nivel nacional, menos a nivel regional o local. Se considera importante apoyar a las personas que han iniciado estudios musicales, sobre todo a los niños y jóvenes que ya están acoplados a la academia objeto de este estudio, la cual se denomina *Conniff Academia* y los que a través de ella pertenecen con orgullo a la primer banda instrumental denominada “Orquesta del Desierto”, que prestigia a la comunidad de Santa Ana y al Estado de Sonora, siendo la justificación de este estudio, de que los niños, jóvenes y adultos disfruten de una actividad musical, que desarrollen sus destrezas y habilidades a través de la ejecución vocal e instrumental, por lo cual *Conniff Academia* se ha propuesto la misión de formar y capacitar en forma absolutamente libre, sin motivos políticos ni diferencias sociales, a grupos de niños, adolescentes, jóvenes y adultos del municipio de Santa Ana, Sonora, con el claro objetivo de optimizar al máximo el tiempo libre de los mismos, en una actividad productiva y además valorada por quienes sí reconocen su trabajo musical. Otro tipo de producto esperado con el análisis de mercado de la academia, es que se logre promover más el talento de personas entusiastas y comprometidas con la cultura musical y el debido reconocimiento a los artistas regionales, en general poco apreciados, reconocidos y motivados en el aspecto social.

El presente trabajo de investigación inició en noviembre de 2016 para culminarse en enero de 2018, y se deriva del seguimiento de otro estudio realizado en el período 2012-2013 con la intención de actualizar información sobre el análisis de mercado de *Conniff Academia*, institución privada que promueve educación musical y cuyo propósito además de ser un

negocio emprendedor, es fomentar la sensibilización en sus alumnos para promover la cultura a través de la misma, que les permita mejorar su comunicación, expresión y desarrollo personal con fundamentos pedagógicos y psicológicos, en los que el docente debe aplicar métodos y procedimientos adecuados; se trata de fundamentar la necesidad de la enseñanza musical por esa academia para alcanzar un desarrollo integral de sus alumnos; así mismo, es un intento de responder a las interrogantes surgidas en el mismo estudio donde se plantea, si es necesario un análisis de mercado para la consolidación de una academia de música, que motive a talentos artísticos en la región del Santa Ana, Sonora, si contar con esa academia de música coadyuvará a que se fomente la cultura musical en los ámbitos educativos, social o laboral y, cómo identificar las competencias de niños a adultos para establecer los métodos o técnicas necesarias para alcanzar una efectiva enseñanza musical.

Como objetivos generales se consideraron: 1). Analizar el mercado de *Conniff* Academia y su impacto en la educación de niños y jóvenes de Santa Ana, Sonora y, 2). Fomentar la sensibilización hacia la cultura musical de otros proyectos musicales, para que beneficie a personas interesadas o instituciones educativas que les permita la inserción en el ámbito educativo, social o laboral.

Se planteó como hipótesis que un 70% de las personas, entre ellas niños y jóvenes estudiantes de la academia y de otras instituciones educativas, conjuntos y talentos musicales de Santa Ana, Sonora, realmente desean que exista una academia que les proporcione servicio de educación musical de calidad y un 30% sólo estudiarían música para entretenimiento personal, terapia, etc.

REVISIÓN DE LITERATURA

Antecedentes de la Música.

Se conoce que la cultura existe desde el principio de la humanidad, así mismo, la música, como cultura y arte, ha estado relacionada con la expresión hacia los distintos ambientes, experiencias e incluso la misma historia de las personas, sus tendencias e ideas.

La música se relaciona como el arte más inmediato conforme a la expresión del hombre, se disfruta con facilidad, y se manifiesta en forma general como parte de nosotros mismos y en cada persona que la puede experimentar. Ese arte es importante, según la psicología, ya que es uno de los ingredientes alimentarios para el ser humano y alude a la sensibilización personal, ya que todos ocupamos en algún momento determinado, de escuchar y consumir música (Adorno, 1966).

Desde hace varias décadas se ha vuelto más compleja la definición de qué es y qué no es la música, ya que destacados compositores, en el marco de diversas experiencias artísticas fronterizas, han realizado obras que, si bien podrían considerarse musicales, expanden los límites de la definición de este arte, de acuerdo a su interpretación lógica, sentido cultural, estilos y valores, desde diferentes posturas personales (Anónimo, 2010 a).

En su definición amplia, la música es el arte de combinar los sonidos y los silencios, a lo largo de un tiempo, produciendo una secuencia sonora que transmite sensaciones agradables al oído, mediante las cuales se pretende expresar o comunicar un estado del espíritu; por lo que, se 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, o sea tristemente” (Diccionario de la Real Academia Española, 2016).

Jauset (2008), considera que la música es un lenguaje universal, el cual está presente en todas las culturas desde la historia de la humanidad. Este código se ha considerado también como un arte. Asimismo, se dice que la música posee una base matemática y, que incluso puede ayudar al pensamiento lógico matemático.

Como materia imprescindible en la formación de las personas y en la ampliación de la cultura, la música responde a la necesidad compartida con otras disciplinas humanísticas de lograr un conocimiento integral del mundo, ya que el conocimiento social de esta expresión humana es muy insignificante en nuestro país, lo que nos impide disfrutarla en toda su dimensión. La música y el arte tienen una importancia fundamental para el desarrollo de las personas, sobre todo en los niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad social; su práctica y aprendizaje es un reto a lograr para acrecentar sus niveles de conocimiento, habilidades y sensibilidad mediante una tarea gratificante, que además permite expresarse y comunicarse promoviendo las ventajas de la educación musical, como forma de crecimiento personal, formación de conciencia y de elevar la autoestima en beneficio de una comunidad (López, 2007).

La música, como toda manifestación artística, es un producto cultural. El fin de ese arte es suscitar una experiencia estética en el oyente, y expresar sentimientos, circunstancias, pensamientos o ideas (Anónimo, 2010 b).

La música es un estímulo que afecta el campo perceptivo del individuo; así el flujo sonoro puede cumplir con varias funciones (entretenimiento, comunicación, ambientación, etc.). La definición más habitual en los manuales de música se parece bastante a esta: "la música es el arte del bien combinar los sonidos en el tiempo". Esta definición no se detiene

a explicar lo que es el arte, y presupone que hay combinaciones "bien hechas" y otras que no lo son, lo que es por lo menos discutible (Rutz, 1954).

Algunos eruditos han definido y estudiado a la música como un conjunto de tonos ordenados de manera horizontal (melodía) y vertical (armonía). Este orden o estructura que debe tener un grupo de sonidos para ser llamados música, está presente en sus aseveraciones, que la comparan con la arquitectura, definiendo metafóricamente a la arquitectura como "música congelada" (Casares, 1977).

La mayoría de los estudiosos coincide en el aspecto de la estructura, es decir, en el hecho de que la música implica una organización; pero algunos teóricos modernos difieren en que el resultado deba ser placentero o agradable. Movimiento organizado de sonidos a través de un continuo de tiempo (Collado, 2006).

En concordancia con Fubini (1976), otro concepto similar al mencionado anteriormente según la música, en su acepción más simple, puede describirse como la yuxtaposición de dos elementos: el tono y la duración, generalmente llamados melodía y ritmo. La unidad mínima de organización musical es la nota, es decir, un sonido con un tono y una duración específicos. Por ello, la música consiste en la combinación de notas individuales que aparecen de forma sucesiva (melodía) o simultánea (armonía) o en ambas formas, como sucede en la mayor parte de la música occidental (Estévez, 2008).

El sonido como elemento principal de la música.

La música es percibida por el sonido, este según Copeland (2001), es la sensación percibida por el oído, que recibe las variaciones de presión generadas por el movimiento vibratorio de los cuerpos sonoros, y que se transmiten por el medio que los separa, que generalmente es el aire. La ausencia perceptible de sonido es el silencio, que es relativo, ya

que el silencio absoluto no se da en la naturaleza al haber atmósfera. Este contiene los siguientes elementos lo cual lo componen: 1) La altura, es el resultado de la frecuencia que produce un cuerpo sonoro; es decir, de la cantidad de ciclos de las vibraciones por segundo o de hercios (Hz) que se emiten. De acuerdo con esto se pueden definir los sonidos como "graves" y "agudos". Cuanto mayor sea la frecuencia, más agudo (o alto) será el sonido. La longitud de onda es la distancia medida en la dirección de propagación de la onda, entre dos puntos cuyo estado de movimiento es idéntico; es decir, que alcanzan sus máximos y mínimos en el mismo instante: 2) La duración, corresponde al tiempo que duran las vibraciones que producen un sonido. La duración del sonido está relacionada con el ritmo. La duración viene representada en la onda por los segundos que ésta contenga; 3) La intensidad, es la fuerza con la que se produce un sonido; depende de la energía. La intensidad viene representada en una onda por la amplitud; 4) El timbre, es la cualidad que permite distinguir los diferentes instrumentos o voces a pesar de que estén produciendo sonidos con la misma altura, duración e intensidad, Copeland (2001).

Según opinión de Copeland (2001), menciona además que los sonidos que escuchamos son complejos; es decir, son el resultado de un conjunto de sonidos simultáneos (tonos, sobretonos y armónicos), pero que nosotros percibimos como uno (sonido fundamental). El timbre depende de la cantidad de armónicos o la forma de la onda que tenga un sonido y de la intensidad de cada uno de ellos, a lo cual se lo denomina espectro. El timbre se representa en una onda por el dibujo. Un sonido puro, como la frecuencia fundamental o cada sobretono, se representa con una onda sinusoidal, mientras que un sonido complejo es la suma de ondas senoidales puras. El espectro es una sucesión de barras verticales repartidas a lo largo de un eje de frecuencia y que representan a cada una de las senoides

correspondientes a cada sobretono, y su altura indica la cantidad que aporta cada una al sonido resultante.

Elementos de la Música.

Burgos (2007), opina que la organización coherente de los sonidos y los silencios (según una forma de percepción), nos da los parámetros fundamentales de la música, que son la melodía, la armonía y el ritmo. La manera en la que se definen y aplican estos principios, varían de una cultura a otra (también hay variaciones temporales). La melodía es un conjunto de sonidos concebidos dentro de un ámbito sonoro particular que suenan sucesivamente uno después de otro (concepción horizontal), y que se percibe con identidad y sentido propio. También los silencios forman parte de la estructura de la melodía, poniendo pausas al "discurso melódico". El mismo autor menciona que es como una frase bien construida semántica y gramaticalmente. Es discutible en este sentido si una secuencia dodecafónica podría ser considerada una melodía o no. Cuando hay dos o más melodías simultáneas se denominan contrapunto (Burgos, 2007).

La armonía, bajo una concepción vertical de la sonoridad, y cuya unidad básica es el acorde, regula la concordancia entre sonidos que suenan simultáneamente y su enlace con sonidos vecinos (Pablos, 1996).

La métrica, se refiere a la pauta de repetición a intervalos regulares, y en ciertas ocasiones irregulares, de sonidos fuertes o débiles y silencios en una composición. El ritmo, es el resultado final de los elementos anteriores, a veces con variaciones muy notorias, pero en una muy general apreciación se trata de la capacidad de generar contraste en la música, esto es provocado por las diferentes dinámicas, timbres, texturas y sonidos. Las características de la persuasión musical (Burgos, 2007).

Influencia de la música en la cultura social.

Según Adorno (1969), la apreciación musical que se ha prestado hacia la atención pública es meramente cotidiana como establecen los rendimientos estadísticos de comprobación experimental. Influye en la psicología de las personas, comportamientos y actividades. También se ha comprobado científica y socialmente que las actividades de las personas están meramente ligadas fundamentalmente a toda arte, esto se le denomina actividades culturales, no obstante, todos servimos para contribuir algo de beneficio a la sociedad, así mismo el humano contiene el aspecto “*ser*” el cual relaciona y tiene algo principal con lo que trabaja este aspecto de la música lo cual se denomina “*Alma*”, importante función principal (Alpert y Alpert, 1990).

Un ejemplo muy conocido como polémica es la influencia violenta por medio de la música en los jóvenes, no obstante, es una problemática social y según Cervera (1998), relata en su artículo una comparación entre ruido y el concepto de música, ya que podemos escuchar un sonido característico interpretando estados emocionales conforme al entorno de lo que está ocurriendo y supuestamente se expresa lo que está sucediendo, conforme rubros importantes como el ambiente externo ya sea en forma pacífica o bélica según la comunidad social, la relación gobierno-pueblo, relación familiar, relación de noviazgo y/o marital, relación amistosa, relación de costumbres y celebraciones, en sí todos y cada uno de los aspectos culturales a las tendencias de la sociedad, culturales, nacionales e internacionales (Blanquer 1989).

Hay un punto importante que se debe recalcar conforme al problema que se ha citado, y no se debe olvidar que está interconectado con la importancia de la música y la relación de influencia hacia la sociedad, en sí el autor del tema señala que la música no es sólo un asunto

de placer, belleza y sociabilidad, sino que el imaginario al que se le asocia y la manipulación de sus fronteras de percepción pueden perfectamente ser utilizadas tanto para ser cohesionar como para destruir sociedades y personas (Estévez y Sánchez, 2008).

La música influye con sus efectos conforme a los valores humanos, las genealogías valorativas de que cuenta como música o no en una sociedad, están históricamente llenas de descripciones de músicas que, en ciertos sectores de la sociedad, han sido consideradas como ruidos, es decir, como un afuera de que habría que eliminar; sin embargo esto no surge tanto en sí del arte musical, sino que surge de la misma cultura y de las tendencias sociales a las que se procede, según la escala valorativa humana (Blanquer, 1989).

Según León (1988), la música nos permite, como algo trascendental a la distinta tipología de cuestiones enfocadas a los conocimientos públicos de toda una nación y de lo musical, en tramas históricas de exclusión que se pueden activar, consciente o inconscientemente en momentos de violencia y, es fundamental para entender sentimientos valorizados de acuerdo a las culturas de las personas.

Naturaleza cultural de la música.

En opinión de Hodges (1999), la música ha jugado un importante papel en la vida de los pueblos en cada parte del planeta. La experiencia también nos dicta que el hecho musical sigue ocupando un lugar preponderante en la vida de las personas y basta echar un vistazo a la cantidad de manifestaciones musicales existentes que individualizan a los grupos, los pueblos y las naciones.

La música forma parte del ser humano, es un rasgo universal de humanidad. Al respecto Cross (2001), opina que es una dimensión necesaria del desarrollo humano que puede haber jugado un rol central en la evolución del pensamiento. El mismo autor afirma

que la música es un fenómeno cultural que tiene una existencia material en los sonidos y en las acciones, que hacen que esos sonidos sean producidos. Esa materialidad está condicionada por nuestra biología y neurofisiología (Cross, 2001).

La música es un producto del comportamiento de los grupos humanos, ya sea formal o informal: es sonido humanamente organizado (Blacking, 2006).

En culturas desarrolladas, como las occidentales, la música ha evolucionado para convertirse en una de las formas expresivas al margen de otras. Por contraste, en otras culturas en las que el pensamiento mágico aún pervive, la frontera entre la música, la canción, la danza, la poesía y el rito aún no se ha perdido (Besson y Schón, 2001).

Swanwick (1991), comenta que, en una u otra forma, el hecho musical es una manifestación de la necesidad biológica y psicológica que trasciende la raza, nacionalidad y las tendencias culturales.

Perspectiva Sociológica de la música.

En la actualidad, el hecho musical es omnipresente e inunda nuestras vidas. La música está presente en casa y en la calle; en los centros de salud, gimnasios y centros comerciales; en los lugares de recreo y en las oficinas, en los medios de transporte y en los restaurantes. El hecho sonoro nos invade y nos envuelve, el medio de comunicación lo desarrolla y la sociedad de consumo lo canaliza. El crecimiento de los *mass media* en la segunda mitad del siglo XX y la disponibilidad de los medios de almacenamiento y reproducción de sonido hicieron que la música comenzara a llegar a mayor parte de población que hasta entonces había sido posible (Hargreaves, Marshall y North, 2005).

Desde la última década del siglo XX en adelante, este proceso se ha acelerado a causa de los rápidos desarrollos tecnológicos. En concreto, la fácil accesibilidad a todo tipo de

música a través de Internet, contribuye a que la presencia diaria de la música en todo el planeta sea una realidad sin precedentes en la historia. Las consecuencias más inmediatas de este hecho son un sesgo nuevo en el concepto de música y la ampliación de los usos conferidos a la misma. Hasta hace relativamente poco, el concepto de música en sentido amplio era estable en su referente. Música significaba, por ejemplo, tradición europea representada por grandes personalidades y perdurables obras de referencia, como Beethoven y su 9ª Sinfonía. Sin embargo, ahora, en la sociedad de la información, ese sentido de referencia estable se pierde y se amplía el concepto. Hablar de música es hablar de muchos tipos de música, estilos y procedencias (Hargreaves, 1999).

Junto a este sesgo nuevo del concepto música, también se ha modificado el significado tradicional de la clasificación “música seria” y “música popular”, debido a que la gente tiene la opción de escuchar prácticamente cualquier tipo de música, en cualquier momento y en muchas situaciones diferentes, la música se ha “desmitificado” y, al mismo tiempo, globalizado. Sería imposible establecer algún tipo de consenso sobre qué piezas y de qué estilos o géneros podrían considerarse como “serias” o “populares”, como se ha venido haciendo en épocas actuales (Hargreaves, Marshall y North, 2005).

La importancia de la música hoy en día, sin duda, conduce a los sociólogos a tomarse más en serio el llamado poder de la música: las personas usan la música activamente en contextos de escucha cotidianos. No pueden controlar su exposición a la música en tiendas, restaurantes y otros ambientes, pero controlan su uso activamente en los hogares, en el coche y en otras situaciones cotidianas para crear ciertos estados de ánimo o para moderar sus niveles de excitación. Esta es una razón importante para el creciente interés por el “poder de la música” y por sus aplicaciones en áreas tan diversas como la medicina, la radiodifusión y

el comercio, el sitio de trabajo, así como en la propia educación (Hargreaves, Marsahll y North, 2005).

Ampliando su sencillo uso como fuente de placer intelectual y emocional, la música ahora puede ser usada para lograr destreza en una tarea especializada; para transmitir una particular autoimagen o personalidad; para conseguir objetivos particulares en medicina, terapia o educación, para vender productos. El recurso fácilmente accesible de los aparatos de almacenamiento y reproducción del sonido amplía los usos y así la música la utilizamos para acompañar actividades diarias como caminar o estudiar; para aislarse en los medios de transporte; para autoafianzarse como miembro de un grupo; para bailar y los ratos de ocio; para acompañar la soledad; para evadirse de la realidad; para intensificar un sentimiento de alegría o tristeza; para activar el ánimo o como apoyo a la relajación (Hargreaves y North, 2003).

Funciones Psicológicas de la música.

(Hargreaves y North, 1999), denotan los estudios llevados a cabo desde la psicología social de la música, mismos que concluyen en la omnipresencia del hecho musical en la vida cotidiana y el aumento de sus funciones. Las funciones psicológicas de la música pertenecen a tres dominios: cognitivo, emocional y social. Este último dominio tiene que ver, según los mismos autores, con la gestión de la propia identidad, con las relaciones interpersonales y con el carácter, por lo tanto, el grupo de población con el que principalmente se asocia dicho dominio, es el de la adolescencia.

Como comentan Zillmann y Gan (2003), el mejor indicador de la magnitud de la implicación de los adolescentes con la música, es el asombroso número de ventas de la industria discográfica en varios países y en diferentes idiomas. Sin duda, este sector de

población es el que más se ve afectado por la presencia constante del hecho musical en nuestras vidas. La música moderna, consumida principalmente por adolescentes, y también por jóvenes, es una de las manifestaciones que define y conforman la cultura musical de masas. En relación a ello y a la presencia del hecho musical en la vida diaria, en la segunda mitad del siglo XX hemos asistido a un acontecimiento sociológico sin precedentes: la sociedad de consumo ha unificado el gusto musical de la juventud. La música ligera o moderna, en su manifestación del estilo pop-rock, ha conseguido unificar los intereses musicales de la juventud del mundo entero, traspasando fronteras y superando cualquier barrera ideológica (Zillmann y Gan, 2003).

Según Kodály (1974 b), los elementos de la música, considerados por separado, también son instrumentos preciosos para la educación: 1) El ritmo desarrolla la atención, la concentración, y la capacidad para la condición de uno mismo; 2) La melodía abre el mundo de las emociones; 3) Las variaciones dinámicas y el color de la melodía, conforman nuestra escucha; 4) Cantar, finalmente, es una actividad física multifacética que en la educación es inconmensurable y su efecto beneficioso para la salud es bien conocido.

Enfoques de enseñanza nuevos sobre Educación Musical.

Gainza (2002 b), menciona una línea de propuestas novedosas de enseñanza sobre educación musical, donde las más vanguardistas son las que proponen practicar una educación musical en íntima conexión con el entorno social y cultural, donde el hecho sonoro forma parte del mismo. De esta manera la práctica educativa-musical no aparece descontextualizada y desculturalizada, como indica Travé (2003).

Musumeci (2005), propone una nueva orientación para la enseñanza de la música que tiene muy presente la importancia del entorno social y cultural, bajo el epígrafe de

audioperceptiva humanamente compatible. Este enfoque parte de la doble visión actual de que: 1) biológicamente estamos conformados para manifestar comportamientos musicales y, 2) la competencia musical se desarrolla en conexión con la propia cultura y el contexto social desde dos puntos de partida: 1) la “pericia receptiva” que todos poseemos al estar biológicamente preparados para percibir el entorno sonoro, podrá convertirse en “pericia productiva” si aprendemos a cantar o tocar un instrumento y, 2) la interacción con el contexto social es la que determina la manifestación de las conductas musicales en donde los individuos, según las manifestaciones musicales del contexto donde se desarrollan, podrán elegir diferentes modos de contacto con la música, desarrollando así su capacidad musical.

Desde esa perspectiva audioperceptiva compatible, el posicionamiento ético de un docente ante su trabajo tiene que ver con el ser consciente de la relación trídica individuo, música y contexto; prestar atención a cómo los alumnos obtienen significados, es decir al proceso antes que a los resultados; estar convencidos de que los conocimientos previos de los alumnos son valiosos, así como de la importancia del estado emocional del alumno. Ese enfoque tiene presente que la docencia es una actividad puramente de relación humana y, por lo tanto, el ambiente afectivo del aula juega un papel determinante, como han demostrado numerosos estudios que concluyen que las emociones regulan el funcionamiento cognitivo (Musumeci, 2005).

Otro enfoque novedoso para la enseñanza musical, comprometido con la realidad de lo que pasa fuera de la escuela y buscando la integración curricular, es el enfoque ecológico y sobre la conciencia de aspectos ambientales. Los contenidos se planifican partiendo de problemas sociales en los que el hecho musical es protagonista. Uno de ellos es la toma de conciencia de los conflictos ambientales de las ciudades modernas, que cada vez es más

problemático. Este modelo acoge la línea de experimentación sonora, convirtiéndose en la práctica educativa-musical más vanguardista (Schafer, 1992).

Espinosa (2006), opina que la toma de conciencia de la problemática sonora contemporánea, viene avalada por la psicología y la fisiología de la percepción auditiva, en donde el saber elegir entre sonidos deseados y no deseados se aprenderían en la escuela, como el lugar natural donde se desarrolla la educación auditiva. Ésa percepción comprendería la experimentación sonora y la profundización del conocimiento del sonido mismo, además de mejorar la calidad auditiva y la sensibilidad hacia lo sonoro, con los que se plantean como objetivos primordiales de la práctica educativa, siguiendo ese enfoque.

El valor educativo que ese enfoque comporta, va más allá de la mera educación musical. Al promover una actitud que valoriza el silencio, desarrollando la estimulación sonora temprana, se está al mismo tiempo previniendo la pérdida auditiva. La práctica de enseñanza siguiendo este enfoque ecológico-acústico es una enseñanza musical conectada a la realidad social, (Espinosa, 2006).

Además, según Travé (2003), menciona que es importante contextualizar la práctica de la educación musical girando en torno a problemas sociales, no sólo de acústica ambiental, sino también de género o de consumo, o de emigración, por ejemplo, supone traspasar el ámbito de la propia disciplina para conectar la educación musical del aula con la vida real y ese tipo de práctica educativa, implica establecer conexiones amplias con otras disciplinas para trabajar temas transversales de recorte social, donde la educación en valores rompe con la limitación tradicional de los objetivos exclusivamente musicales. Ese modelo denominado transdisciplinar, definido por el mismo autor, se aprecia como el más idóneo de practicar en aulas multiculturales, donde la diversidad de herencias, costumbres y tradiciones

musicales reclama a gritos una práctica de aula alejada de los enfoques tradicionales de enseñanza.

Conectar la educación musical del aula con la vida real supone, además, dejar de considerar el hecho musical como una estructura aislada, desvinculada de su carácter social, cultural, político, ideológico y económico (García, 2003).

Si la escuela ha de adaptarse a los cambios de la sociedad, deberíamos enunciar un nuevo enfoque de práctica educativo-musical, el enfoque tecnológico. A la hora de utilizar la moderna tecnología para la enseñanza de la música, es importante precisar que su uso no puede ser un fin en sí mismo. Es decir, no se trata de usar la música para promover la consecución de habilidades tecnológicas. Por el contrario, consiste en usar las posibilidades de las modernas tecnologías para promover la consecución de logros musicales. Desafortunadamente, una indebida concepción de este enfoque puede disminuir o empobrecer el valor educativo de las experiencias de aprendizaje musicales a través del uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (Hodges, 2001).

Un último enfoque de enseñanza sólo aplicable a la educación musical es el que nos propone Swanwick (1999), en su obra *Teaching music musically*. El autor opina que enseñar música musicalmente, parte del supuesto de que la música es una forma simbólica, por lo que tiene un rico potencial metafórico; un modo de discurso tan viejo como la humanidad, un medio en el que las ideas sobre nosotros mismos y los demás se articulan en formas sonoras.

Además, Swanwick (1999), explica que la música funciona metafóricamente en tres niveles: transformando tonos en melodías, transformando melodías en estructuras y, transformando estructuras en experiencia con significado. Cuando intentamos describir la

tercera de estas transformaciones, surge el término de experiencia estética, por lo cual los significados dependen de las experiencias que se traducen en el arte musical.

Partiendo de ese supuesto, son tres los principios para una educación musical de calidad: 1. Prestar atención a la música como discurso (el educador eficiente es el que asume, modela o se anticipa a cualquier frase musical y el sentido de musicalidad está relacionado con las intencionalidades educativas donde las capacidades se usan para fines musicales); 2. Prestar atención al discurso musical de los estudiantes (el educador musical competente es el que valora el conocimiento musical que aporta cada estudiante al aula, lo utiliza y lo evalúa a través de actividades de composición e interpretación y audición) y, 3. Soltura o fluidez donde el educador musical eficaz es el que considera un medio y no un fin el saber leer y escribir música, por lo tanto, procura desarrollar estrategias para que los estudiantes adquieran soltura, entre ellas, motivarles a tocar de oído, imitar un estilo conocido, improvisar variaciones sobre músicas que recuerden, inventar frases dentro de estructuras claras, etc. (Swanwick (1999)).

Administración de la educación en una academia musical.

Según Masís (1989), define la educación como manifestación social del hombre, del individuo, del grupo, como un fenómeno histórico e ideológico, el autor menciona que: el sistema escolar interesa a los gobernantes, en tanto sea un instrumento para el mantenimiento del orden social vigente con todas las tareas y diferencias de clases que le son características. Es más, en concreto y en la práctica, es el aparato de “difusión e imposición de una determinada ideología”.

De acuerdo con lo anterior, es oportuno apuntar que, según Venegas (1994), en la administración moderna de cualquier tipo de institución, se considera esencial saber tomar

decisiones para el éxito de las mismas, por lo tanto, en la administración de la educación, al enfrentar problemas constantemente como cualquier otra institución, también hace que la persona encargada de dicha administración, enfrente la toma de decisiones cotidianamente.

Así mismo, en la administración de la educación ya sea de una academia musical, se deben analizar los procesos y programas educativos para gestionar talentos musicales y su impacto en el entorno regional o nacional. Las instituciones educativas, tales como las academias de música, hoy en día enfrentan un enorme reto al organizar y brindar una respuesta educativa integral, acorde con los cambios tecnológicos y procesos de globalización, que dirigen las políticas nacionales para la atención de los educandos en esa área. La meta es tener un pueblo culturalmente fuerte, con una sintomatología propia, capaz de ser influido culturalmente, sin perder su identidad (Venegas, 1994).

Al respecto Sahs (1972), menciona que para lograr una mejor calidad (en el actuar), debe existir entre el docente y el alumno, así como el administrador y el docente, una relación que implique algún tipo de amor en el nivel empático hacia los requerimientos que exige toda administración educativa, la cual conduzca al logro de los objetivos planteados.

Vargas (1993), agrega que: la canción de consumo no es solo una idea temática expresada, también forma parte de un texto, un sistema signico que otorga un significado complejo a la música característica por un tipo de género. Esta polisignificación muchas veces influye en el receptor, sin que este la perciba conscientemente. Su percepción consciente generalmente se circunscribe al plano denotativo, siendo que la canción de consumo generalmente se caracteriza por la connotación, y por la función conativa, es decir: busca producir un efecto positivo en el oyente.

Otra atribución buena que se la da a la música, es la de que puede ser un medio eficaz importantísimo para hacer conciencia de los grandes problemas que enfrentamos, a la vez que rescata, conjunta y revaloriza el ser nacional y debe provocar una influencia positiva en el sujeto, que atienda a intereses más diversos y mayoritarios: culturales, sociales, ambientales, económicos, y no solo consumistas, como se expresa en los tiempos actuales (Vargas, 1993).

Venegas (1994), expresa que existen investigaciones que estudian la influencia de la práctica musical en el avance académico y en el desarrollo de las personas; otras que versan sobre el trabajo colaborativo y sus implicaciones en las organizaciones, y finalmente, otras investigaciones que analizan las cualidades necesarias, en el nivel social, para el logro de objetivos por medio del trabajo en grupo. Enseñar música, en el aula de educación básica, es tarea difícil para los maestros y maestras dedicadas a esta disciplina. Más aún lo será si, además de dominar la materia, deben manejar elementos de fisiología y psicología.

La música de consumo, música comercial, en la mayoría de los casos, nace del interés en las ventas y no, del interés por lo cultural. Por otra parte, los avances tecnológicos, que permiten una audición de la música en cualquier lugar y momento, facilitan el ingreso de dichas campañas y ponen, al alcance de todos, sin ningún filtro o propósito cultural, cualquier tipo de música que, en la mayoría de los casos, es foránea y como tal, promueve costumbres foráneas. Este comportamiento de la sociedad actual, produce el grupo de estudiantes a los cuales, los maestros y maestras de música, deben enfrentar cotidianamente en sus clases de música (Vargas, 1993).

La educación musical no se queda en sensibilizar a una persona para una percepción profunda de esta manifestación sonora. Esto es solo una parte. La educación musical tiene la capacidad, si se ejerce, de moldear la persona, así como la educación misma. En este

panorama, la enseñanza de la música igualmente debe apoyar a la administración de la educación mediante una formación musical de un ser con identidad propia de su región (Venegas, 1994).

Para Palacios (2012), la música es mucho más que una definición, más que una materia para ser estudiada, es más que un medio de expresión y comunicación. Él considera que la música lo es todo. Desde el punto de vista educativo, la música estimula todas las facultades del ser humano: abstracción, razonamiento lógico y matemático, imaginación, memoria, orden, compromiso personal mediante la creatividad, etc. Este arte capacita para sentir, conocer, valorar, interpretar y apreciar el hecho sonoro, sus raíces populares, la historia que ha configurado todos los cambios y estilos aparecidos a lo largo de ella. Además, un sinnúmero de variables y fenómenos físicos y acústicos que la generan hacen de la música algo indispensable para crecer social y culturalmente de la manera más completa.

López (2007), describe la música mostrando ciertas características que ayudarán a definirla de una mejor manera. Esas características permitirán comprender que la música está estrechamente relacionada con los nuevos objetivos educativos, que son ampliamente demandados por la sociedad actual.

Por lo anterior y en procura de una enseñanza de calidad, diversificada, y que contemple las distintas necesidades y fortalezas de los individuos para promoverlas, el administrador de una academia musical debe hacer lo mejor para el desarrollo del aprendizaje en sus estudiantes, e incidir positivamente sobre el talento humano que administra, con ello se debe procurar también aplicar estrategias para desarrollar la sensibilidad, creatividad y la visión estética que, junto a la dimensión ética contribuya a la formación de ciudadanos cultos, solidarios, tolerantes (Sahs, 1972).

Análisis de Mercado de una academia de música.

Malhotra (2008), define al análisis de mercado, como “la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso. Especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones”.

López (2001), menciona que el análisis de mercado es también una tecnología que aumenta las ventas, contribuye a la productividad y a la mejora de utilidades, cuando logra establecerse en la organización como elemento estratégico y de apoyo para el director de la empresa, su contribución a la rentabilidad aumenta geométricamente con respecto a su presupuesto ejercido y se necesita de esta investigación, cuando la información que se obtendrá estará destinada a la toma de decisiones y sobre todo, que efectivamente se aplicarán los resultados.

El logro de los objetivos solo se podrá llevar a cabo a través de una investigación que proporcione información para ser utilizada como base para una toma de decisión; esta deberá ser de calidad, confiable y concreta. La objetividad es una característica que debe prevalecer en toda la investigación y, por lo tanto, darse en el informe. Por ello, lo mejor es que el informe refleje con exactitud la metodología, los resultados y las conclusiones del análisis de mercado del proyecto, sin alterar los descubrimientos para adaptarlos a las expectativas de la gerencia (Benassini, 2009).

Para instalar una academia de música primeramente hay que plantearse a qué nivel queremos empezar y qué pretensiones de futuro tenemos, para obrar en consecuencia en el momento de afrontar los primeros gastos. Teniendo en cuenta que la curva de aprendizaje de un técnico/productor es bastante pronunciada (Borbón, 2009).

Palmeiro (2004), aclara que uno de los factores más importantes en el sonido de un estudio, es la sala. La acústica juega las peores pasadas sobre todo en salas de paredes paralelas, que son las que encontraremos en la mayoría, si el estudio está enfocado para uso profesional, se hace necesario el disponer de varias salas. La construcción de varias salas, permite disponer de varios diseños, posibilitando habilitar así, por ejemplo, una para voces, una más grande para baterías, u otras que deban ser acondicionadas de acuerdo a los servicios que una academia musical ofrece.

Análisis de los Servicios que ofrece *Conniff* Academia.

En este apartado, según información obtenida mediante entrevista personal realizada al Director de *Conniff* Academia, se identifican de forma directa los servicios ofrecidos por esa academia, considerada como un negocio de emprendimiento musical en la ciudad de Santa Ana, Sonora. El Lic. en Artes, Ramón López declara la siguiente información:

1) “La academia inicia operaciones en el año 2010, actualmente cuenta con 40 estudiantes de edades entre cinco a más de 48 años de edad, lo cual le ha permitido inculcar a los niños, jóvenes y adultos del municipio, la iniciativa de fomentar a la música y la de valorar el arte que también es fundamental en la vida de todo individuo, y como actividad de vinculación externa, proporciona el servicio de educar musicalmente en otra fase, con la creación de una banda instrumental denominada Orquesta del Desierto, que es auspiciada por la misma institución educativa. Dicha banda instrumental se integra por 32 alumnos, entre ellos niños

y jóvenes activos, y 17 en lista de espera, los cuales están tomando clases para estudio de principiantes y ser futuros emprendedores a pertenecer activamente en la orquesta, en su mayoría son de edades desde ocho a 24 años. Cabe mencionar que la Orquesta del Desierto fue originada por proyecto presentado y aprobado por Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) y se ha avalado por cumplir con requisitos de calidad para presentarse en eventos festivos de diversa índole” (R. López, comunicación personal, 10 de noviembre de 2016).

2) “Entre las actividades principales que realiza la academia son: talleres orientados a aprendizaje y ejecución de instrumentos musicales de cuerdas y viento como: violín, guitarra clásica y eléctrica, piano, saxofón, trompeta, trombón, clarinete, batería, percusión, etc.; interpretándose melodías instrumentales, de folclore latinoamericano, entre otros temas que son base de la acción formativa, con metodología accesible para aplicación práctica; por lo que, el proyecto de esta academia contempla en su naturaleza, el desarrollo integral de dos grandes áreas del quehacer musical: la “estudiantil que involucra a niños, jóvenes y adultos” y “la comunidad local enfocada a la banda instrumental” (R. López, comunicación personal, 10 de noviembre de 2016).

3) “Con relación al área estudiantil, el conocimiento a entregar se enfoca a partir de la formación académica para educar en diferentes instrumentos musicales. En el área comunitaria, se enfatiza hacia la formación y sensibilización de su participación y gestión activa con la banda instrumental; luego que ya se logran avances significativos, la comunidad en general presencia las presentaciones de ambos grupos de la academia en diferentes comunidades, escuelas, casas de la cultura, iglesias, entre otras festividades, proyectándose y dando a conocer el producto de su esfuerzo que conlleva: horas de teoría, práctica en los

diferentes instrumentos, además de lenguaje musical y composición en música de coro, instrumental, autóctona nacional, experimental, etc.” (R. López, comunicación personal, 10 de noviembre de 2016).

4) “A la fecha se han realizado con éxito, varios recitales presentados en la Casa de la Cultura del municipio de Santa Ana y en eventos festivos de otras regiones, como Magdalena, Nogales, Hermosillo, Álamos, Caborca y Mexicali; preparándose constantemente recitales para dar a conocer la formación de talentos musicales individuales o grupales y a la vez, de dar a conocer otros servicios que la academia ofrece, como son mediante los programas de “Club Concierto” y de “Voces de Aliento” (Anexo 3) (R. López, comunicación personal, 10 de noviembre de 2016).

5) “ Es la primera iniciativa en el género como academia de enseñanza musical que se ha dado en Santa Ana, Sonora, aparte de seguir creciendo con la oportunidad que se le ha presentado de crear, gestionar y consolidar una banda instrumental que proyecte una imagen positiva para esa ciudad, con la ventaja de que el proyecto en marcha ya tiene avances significativo; por lo qué, es cuestión de afianzar los puntos requeridos para cada una de las fases del cumplimiento para consolidar la academia y que se sustente en conocimientos sólidos, fuertemente articulada en su interior y vinculada con el exterior, convenientemente equipada, bien administrada, funcional, eficiente y productiva, con un claro enfoque artístico y un profundo compromiso social, las cuales son las metas deseables a corto, mediano y largo plazo”. (R. López, comunicación personal, 10 de noviembre de 2016).

6) “Sí es importante que la academia cuente con un análisis de mercado que le contribuya a posicionar su imagen institucional y siga apoyando a niños, jóvenes y adultos para formar talentos musicales enriquecidos en su formación integral, con dominio de lenguaje artístico

musical, capaces de adoptar una actitud inteligente, reflexiva y sensible que satisfaga sus necesidades para la creación y ejecución del arte de la música”. (R. López, comunicación personal, 10 de noviembre de 2016).

Misión de *Conniff* Academia.

En *Conniff* Academia nos enfocamos a brindar una educación musical profesional, digna de formar en los niños y jóvenes las mejores cualidades que aún no han descubierto, para que en un futuro sean parte de orquestas, recitales, conciertos en su comunidad o simplemente por el gusto de alimentar su espíritu con el arte de los sonidos (López *et al.*, 2015).

Visión de *Conniff* Academia.

Conniff Academia se propone contar con pedagogía y métodos musicales óptimos por excelencia, para una mayor motivación y aprovechamiento eficaz en el desarrollo del educando, obteniendo a su vez una excelente realización en su persona y del mismo modo, una experiencia inmediata en su acervo cultural (López *et al.*, 2015).

Proceso de Enseñanza en *Conniff* Academia.

El proceso de enseñanza contempla tres fases: 1) El aspirante antes de dar inicio a su aprendizaje deberá ser evaluado para conocer el grado de conocimiento musical que posee, posterior a eso se le ubicará en el nivel que sea conveniente de acuerdo al conocimiento que posea y de acuerdo al instrumento(s) que desea aprender a tocar; 2) El alumno antes de dar inicio a cualquier tipo de enseñanza dentro de la academia, se le da a conocer las reglas y valores que debe respetar, así como su familiarización con las instalaciones para su seguridad y la de los instrumentos. También tendrá que conocer las reglas y recomendaciones que la academia le solicite; 3) El alumno deberá cumplir con el programa de estudios musicales por

horas semanales para optar al nivel superior y poder ser acreedor de un diploma o certificado que lo acredite como egresado de la academia y que ha cumplido con su formación musical en tiempo y forma (López *et al.*, 2015).

Análisis FODA de *Conniff* Academia.

EducaMarketing (2005), enfatiza que una de las herramientas que el profesionista a cargo de una investigación puede aprovechar para detectar los puntos fuertes y los débiles de la empresa a analizar, es el proceso de análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (Análisis FODA), el cual provee los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos o mejores proyectos de mejora.

En *Conniff* Academia, según López *et al.*, (2015), se han considerado los siguientes elementos, de acuerdo a su trayectoria en el mercado para su análisis FODA:

Fortalezas:

- Primera y única academia de música en Santa Ana, Sonora.
- Atención profesional personalizada.
- Adecuada infraestructura y ubicación de fácil acceso.
- Equipos e instrumentos de primera línea.
- Recursos audiovisuales: video, televisión satelital, reproductores de audio y computadora.
- Plan de estudios actualizado y creado en base a los requerimientos y exigencias actuales del modelo pedagógico.
- Horarios accesibles según necesidades del educando.
- Múltiples opciones de aprender a tocar diferentes instrumentos musicales.

- Instructor preparado en pedagogía encaminada al arte musical.
- Dirigida por un músico comprometido y de reconocido prestigio en la región.
- Crecimiento de la población estudiantil.
- Clima institucional agradable.
- Inexistencia de competencia directa.
- Asesoría profesional en el área de Administración y Marketing.
- Posibilidad de otorgar becas a estudiantes de bajos recursos con talento musical.

Oportunidades:

- Ubicación estratégica de la academia en zona altamente poblada.
- Mercado desatendido en el sector artístico-musical.
- Necesidad de la academia para ofrecer el servicio en su área.
- Interés en entretenimiento y diversión en la región.
- Convenio con Instituciones educativas para trabajo artístico-cultural.
- Mayoría de padres comprometidos con la educación musical de hijos.
- Invitación constante de diversas instituciones y empresas de gobierno y privadas para ofrecer conciertos y participar en distintas actividades.

Debilidades:

- Poca disponibilidad de docentes capacitados.
- Desconocimiento de esta academia por parte de la población.
- Recursos financieros limitados.
- No existe posicionamiento de marca.
- Indisciplina en alumnos de nivel secundaria.

Amenazas:

- Materiales de alto costo y difícil accesibilidad.
- Incremento de la inflación en el país, perdiendo poder adquisitivo los clientes.
- Falta de interés de más jóvenes por la cultura musical.
- Deficiente cultura en la región.
- Delincuencia e inseguridad.
- Tasa de crecimiento poblacional lenta.
- Desastres naturales.

Valores de *Conniff* Academia.

- Honestidad. En las relaciones y en el manejo del servicio que se ofrece a los clientes potenciales.
- Perseverancia. Firmeza y determinación en proyectos que el cliente requiera.
- Respeto. Tratar con dignidad y consideración a todos los clientes, sean socios, colaboradores o público en general.
- Amabilidad. Como un valor propio del respeto, pero como una característica de la academia, es sostenerse en la cordialidad, calidez y buen trato entre quienes llegan a sus instalaciones, y entre las personas con las que se trabaja en conjunto.
- Aprendizaje. Capacitación a través de prácticas, técnicas e investigación mediante proyectos que mejoren el desempeño y crecimiento de la academia.
- Servicio al Cliente. Como academia de música, un valor importante es el servicio profesional al cliente, atendiéndolo con cordialidad y tomar en cuenta sus sugerencias.

Delimitación del Mercado de *Conniff* Academia.

El sector al que se dirige *Conniff* Academia es prácticamente hacia todas las personas de la comunidad de Santa Ana, Sonora y regiones aledañas, que incluye a niños, jóvenes y adultos a quienes se ofrecen los servicios, partiendo de la idea de que nunca es tarde para comenzar, así como para ampliar y/o perfeccionar los conocimientos y habilidades musicales. *Conniff* Academia está ubicada en una situación geográfica estratégica en Santa Ana, Sonora, lo que permite mejor localización por parte de sus alumnos, su entorno se desarrolla en la misma región, pero también existe demanda por parte de regiones aledañas, como son los municipios de Benjamín Hill, Magdalena, Imuris, Trincheras, por lo que se atiende no solo a niños y jóvenes, también en proporción de adultos hay demanda sin distinción de género, religión, política, nivel cultural o socioeconómico que demandan el servicio (López *et al.*, 2015).

Segmentación del Mercado de *Conniff* Academia.

El mercado que atiende la academia se compone de dos grupos de usuarios: uno de 40 alumnos, hombres y mujeres que fluctúan entre el rango de los cinco a más de 48 años de edad y otro de 32 alumnos de edades entre ocho a 24 años, que pertenecen a la banda instrumental “Orquesta del Desierto”, además de 17 principiantes en lista de espera a pertenecer a la orquesta. Las características personales de ambos grupos son: estado civil independiente, pertenecientes a diferentes clases sociales (en su mayoría clase media), provenientes de instituciones educativas diversas (primaria, secundaria, bachillerato, universitaria) y de principiantes con aspiraciones para aprender música, tocar determinado instrumento(s), superarse personalmente o bien por entretenimiento, terapia, o trabajar en el ámbito musical (López *et al.*, 2015).

Cobertura del Mercado de *Conniff* Academia.

La cobertura de mercado para la academia abarca al municipio de Santa Ana, Sonora y regiones colindantes como Benjamín Hill, Magdalena, Imuris, Trincheras, entre otras cuya cercanía permite que haya afluencia de alumnos y prospectos para incrementar los grupos de atención hacia la educación musical. Asimismo, contempla realizar convenios con instituciones educativas externas, ya sean escuelas, colegios, universidades, H. Ayuntamiento, empresas, asociaciones civiles, etc., que requieran los servicios profesionales de la academia, y por lo mismo ampliar la cobertura del mercado a nivel regional (López *et al.*, 2015).

Análisis de Competencia de *Conniff* Academia.

Actualmente la competencia que existe para *Conniff* Academia se tiene ya muy bien identificada, como lo es la Casa de la Cultura Municipal y escuelas donde el plan curricular incluye educación artística y dentro de ésta, a la música como una de las opciones de expresión. También puede haber personas que de forma autodidacta hayan aprendido a tocar algún instrumento, que tradicionalmente podría ser uno de cuerda, y se dediquen a enseñar de manera informal. Academia *Conniff* brinda el apoyo necesario de seguimiento a sus clientes para que puedan cumplir con sus expectativas y lograr así, que la competencia no nos afecte de forma considerable (López *et al.*, 2015).

Análisis de los proveedores de *Conniff* Academia.

Los proveedores que abastecen de instrumentos y de repuestos musicales para la academia, se localizan en otras ciudades como Hermosillo, Nogales, Caborca o Estados Unidos y son indispensables para el buen funcionamiento y mantenimiento, no existiendo dependencia directa con los mismos ya que se van adquiriendo de acuerdo a las necesidades

de existencia en los inventarios y de acuerdo a las marcas que requieren los dispositivos o instrumentos musicales; aunque algunos de los alumnos, cuyos padres cuentan con poder adquisitivo, compran para sus hijos o para ellos sus propios instrumentos, ya sea porque desean aprender a tocar ensayando más tiempo y tener flexibilidad de horarios en ensayos propios, lo cual permite tener mayor flexibilidad en la manera en que se proporciona el servicio por la academia (López *et al.*, 2015).

Promoción y Publicidad de *Conniff* Academia.

Para poder posicionar un proyecto en el mercado, es necesario otorgar un concepto de lo que se ofrece al mercado potencial y al consumidor. Esto se consigue a través de la promoción y la publicidad. La promoción se logra a través de varios tipos de móviles. Nuestra oferta ya fue definida como servicio y la estrategia de comunicación que se ha de emplear. Los dos principales instrumentos de la promoción de servicios para *Conniff* Academia, son la publicidad y las relaciones públicas con el establecimiento de buenas relaciones con diversos públicos, así como utilizando anuncios publicitarios, volantes para eventos vía personal e internet y la promoción de diversos servicios de educación musical cada semestre, con la idea de informar, convencer y recordar a los consumidores sobre la existencia de esa academia en Santa Ana, Sonora, algunos tipos de diseños publicitarios se encuentran en el Anexo2 (López *et al.*, 2015).

MATERIAL Y MÉTODOS

Sitio de Estudio.

El presente trabajo de investigación inició en noviembre de 2016 para culminarse en enero de 2018, teniendo como antecedentes un estudio realizado en el período 2012-2013, con la intención de actualizar información sobre el análisis de mercado de *Conniff Academia*, institución educativa musical privada que está ubicada en la calle Aldama No. 201 Norte, Colonia Centro de la Ciudad de Santa Ana, Sonora, municipio que se encuentra localizado en la parte norte del Estado de Sonora, México.

Según datos de INEGI (2010), Santa Ana, Sonora colinda al norte con los municipios de Tubutama y Magdalena, al sur con Benjamín Hill y Opodepe, al este con Cucurpe y al oeste con Trincheras. El municipio cuenta con una superficie de 1.620,65 kilómetros cuadrados, que representa en 0.87% de la superficie total del estado; sus principales localidades son: Estación Llano, El Claro y Santa Ana, Viejo. Actualmente cuenta con una población de 16,014 habitantes, de la cual 7, 961 personas son hombres y 8, 053 son mujeres; de esa cifra 14,196 personas tienen 6 años o más, lo cual abre un amplio abanico de oportunidades y de clientes potenciales para la única academia de música en el municipio.



Figura 1. Ubicación de la ciudad de Santa Ana en el Estado de Sonora.

Fuentes primarias y secundarias.

Para estructurar la investigación debidamente, se utilizaron fuentes primarias y secundarias, el material utilizado para la misma fue a través de información de libros, revistas, documentos electrónicos, *journals* y el uso del Internet para ubicar temas relacionados con el arte musical, también se dio seguimiento a información sobre nuevas referencias, aprovechando los antecedentes de un estudio anterior.

También se realizó entrevista vía personal con el Director de la Institución Educativa *Conniff* Academia con el fin de recabar información directa sobre los antecedentes, la filosofía empresarial y del seguimiento que ha tenido el proyecto establecido desde el año 2010, como un negocio de emprendimiento en la Ciudad de Santa Ana, Sonora, lo cual posibilitó el conocimiento sobre las ventajas de contar con una academia especializada en educar sobre cultura musical, conocer el análisis de factibilidad requerido para el establecimiento de la academia, y entre otros aspectos, la importancia que la música promueve en el entorno educativo y cultural desde niños a jóvenes, hasta personas adultas que han recibido ese tipo de educación.

Posteriormente se determinó el universo a estudiar mediante la técnica de encuesta, la cual se limitó a aquellas personas y estudiantes de instituciones externas, que sí tienen interés por estudiar en la academia musical *Conniff*, ya que algunos conocen su existencia, pero no su método de enseñanza, con el fin de promoverla más y a la vez, que conozcan la calidad y resultados de pertenecer a la misma. Es por ello que, en la encuesta se evadió a los alumnos de primer ingreso de entre cinco a catorce años que ya están cursando en la academia, porque aún no perciben, por su poca estancia en la institución, los aspectos a considerar en el estudio.

Determinación del tamaño de la muestra.

Para conocer el número de personas a encuestar, se calculó el tamaño de la muestra. En este caso la población elegida para llevar a cabo el estudio fue de manera selectiva con 250 estudiantes de diferentes instituciones educativas, mismas que el Director de *Conniff* Academia ya tenía identificadas por que ha impartido clases en diferentes escuelas de nivel básico a nivel medio escolar, y también se consideró a personas que ya habían mostrado interés por conocer lo que la academia ofrece hasta la fecha mediante Publicidad (Anexo 2), considerando que las personas a encuestar tuvieran interés y habilidades para aprender música, de los cuales el 58% fueron hombres y el 42% mujeres, con edades entre los rangos de 15 a 46 años y algunos de más de 50 años de edad.

Instrumento de recolección de datos.

Como instrumento de recolección de datos se aplicó una encuesta (Anexo 1), mediante el diseño de un cuestionario con catorce preguntas de tipo opción múltiple, que cuestionaron sobre las siguientes interrogantes: 1) ¿Ha tenido usted la oportunidad de tomar clases de música en *Conniff* Academia o en alguna otra institución?, 2) ¿Le gustaría asistir a *Conniff* Academia, quien tiene prestigio de ser una escuela de música especializada que le garantiza aprender arte musical?, 3) Mencione cuáles instrumentos le gustaría aprender a tocar en *Conniff* Academia, 4) ¿Por qué razón le gustaría aprender a tocar uno o varios instrumentos y/o cantar?, 5) ¿Le gustaría, aparte de aprender a tocar algún instrumento, estudiar vocalización?, 6) Si la respuesta anterior fue Sí ¿en qué género musical le gustaría especializarse? 7) ¿Algún género en especial que le gustaría?, 8) ¿Qué condiciones cree sean importantes para asistir a *Conniff* Academia?, 9) ¿Cuánto estaría dispuest@ a pagar al mes, por asistir a clases en *Conniff* Academia?, 10) ¿Qué tipo de promoción le gustaría que le

ofreciera *Conniff* Academia?, 11) ¿Cuántos días a la semana, piensa que podría asistir a *Conniff* Academia?, 12) ¿En qué horario de preferencia le gustaría asistir a *Conniff* Academia?, 13) ¿Considera que en su ciudad se apoya a la cultura para aprender música?, 14) ¿Considera que una Academia musical accesible, es una fuente de impulso al talento artístico en su ciudad?

Análisis de la información.

Para el análisis de la información, se vaciaron las respuestas de los encuestados en una hoja electrónica en Microsoft Excel 2013, tomando como fundamento las herramientas ofrecidas por la estadística descriptiva, la cual permitió la codificación de los datos, a fin de facilitar la captura y análisis de respuestas obtenidas. Para efectos de interpretación se llevaron a cabo análisis mediante gráficas de frecuencia y porcentaje que proporcionaron la base para la descripción de los resultados obtenidos en la investigación.

Los resultados arrojados permitieron revalidar los objetivos de analizar el mercado de *Conniff* Academia y su impacto en la educación de niños y jóvenes de Santa Ana, Sonora, así como la de fomentar la sensibilización hacia la cultura musical de otros proyectos musicales, que beneficie a personas interesadas o instituciones educativas, lo cual les permita la inserción en el ámbito educativo, social o laboral. A la vez, corroborar la hipótesis planteada sobre la necesidad de que exista una academia que proporcione servicio de educación musical de calidad. Con ello, se pudieron diseñar estrategias que deberá implementar la academia, para cumplir con su misión y visión emprendedora hacia la cultura musical en el municipio de Santa Ana, Sonora.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la Figura 2, respecto a la edad de los encuestados, la mayoría se sitúan en el rango entre los 15 y los 20 años (45%), seguido de los rangos de 21 años a más de 50 años de edad (55%). La misión de *Conniff* Academia se enfoca a brindar una educación musical profesional, digna de formar en los niños y jóvenes, las mejores cualidades que aún no han descubierto, para que en un futuro sean parte de orquestas, recitales, conciertos en su comunidad o simplemente por el gusto de alimentar su espíritu con el arte de los sonidos (López *et al.*, 2015).

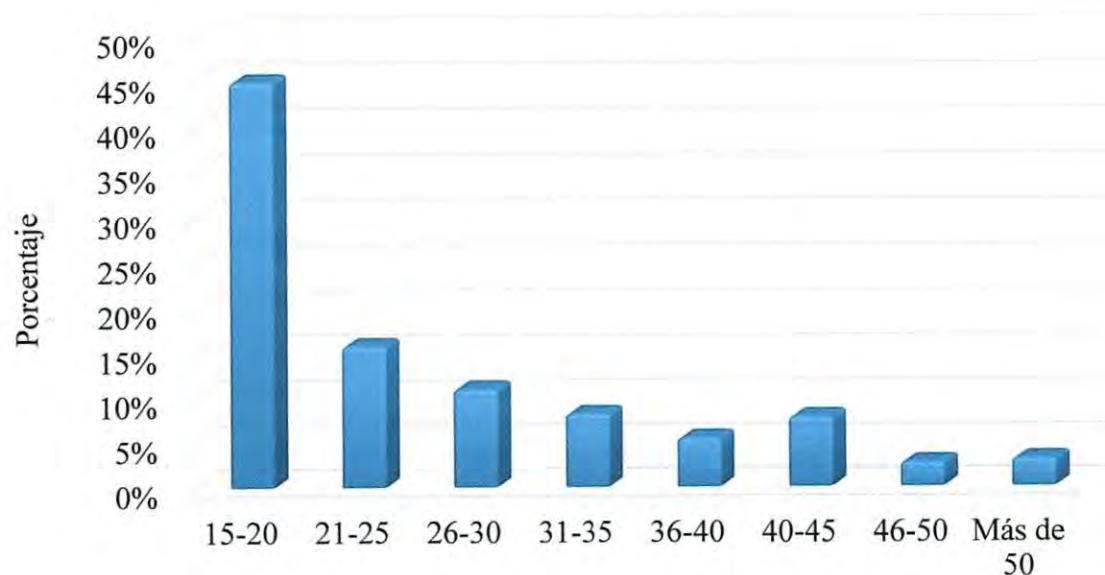


Figura 2. Distribución de la muestra por edad.

La Figura 3, muestra que la mayoría de los encuestados cuentan con nivel de educación media superior con un 37%; le siguen aquellos quienes terminaron sólo secundaria con un 35%, los que han estudiado educación primaria representan el 16%, quienes estudiaron universidad-técnica fueron 11% y otros solo el 1%.

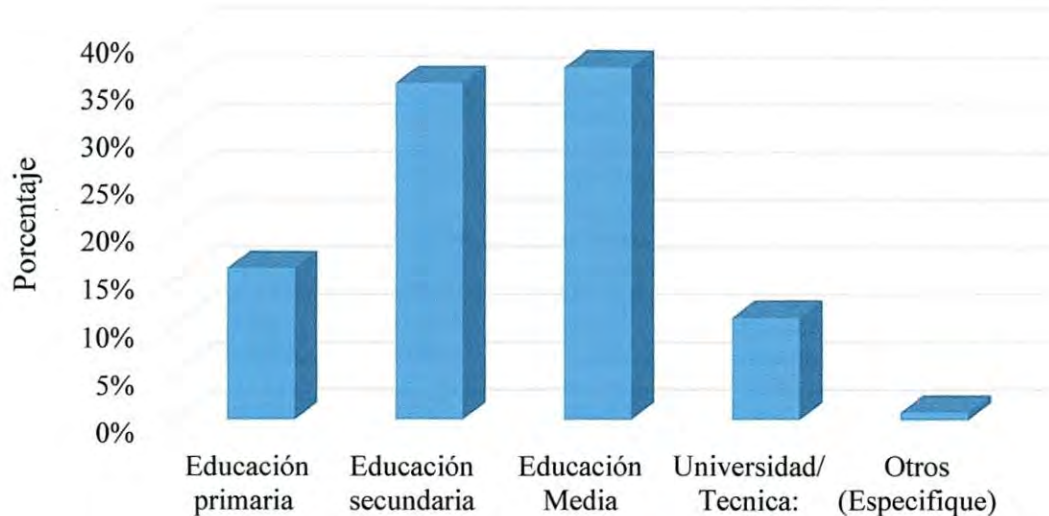


Figura 3. Nivel de estudios de los integrantes de la muestra.

Se le cuestionó a los encuestados si habían tomado clases de música con anterioridad ya sea en *Conniff Academia* o en otra institución. La Figura 4, muestra que el 54% de los mismos no han tomado nunca clases de música y desconocen el tema; le siguen aquellos que tomaron clases en algunas veces con el 30%. Sólo el 16% de los encuestados, indicó que Sí han tomado clases con anterioridad frecuentemente.

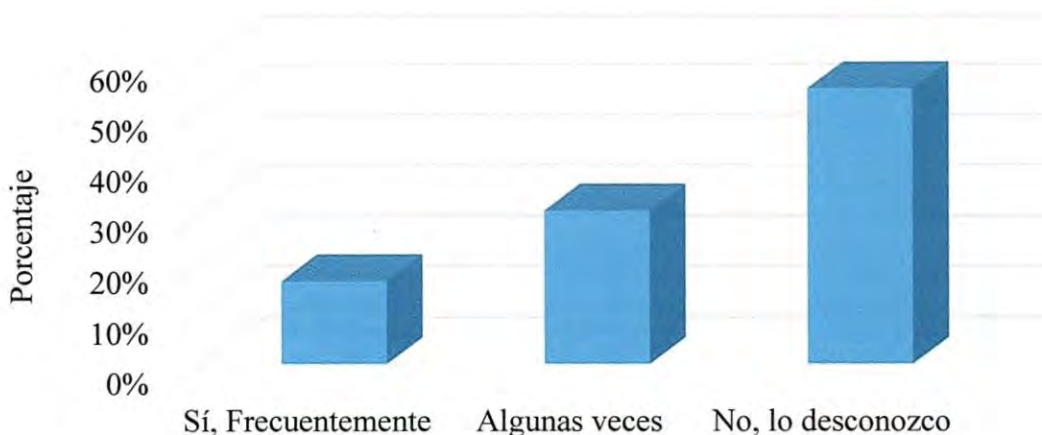


Figura 4. Porcentaje de la muestra que ha tomado clases de música en *Conniff Academia* o en alguna otra institución.

En los resultados que se muestran en la Figura 5, se cuestionó también si estarían dispuestos a tomar clases en *Conniff Academia*, a lo cual el 84%, contestaron afirmativo el estar dispuestos a iniciar sus estudios musicales en esa academia, y el 16% opinaron que No. En referencia a la hipótesis, se ha podido comprobar que es positiva, ya que la mayoría de las personas encuestadas (más de 70%), entre ellas niños y jóvenes estudiantes de la academia o de otras instituciones educativas, sí desean el servicio de educación musical considerando que los factores más influyentes son, el servicio y la calidad.

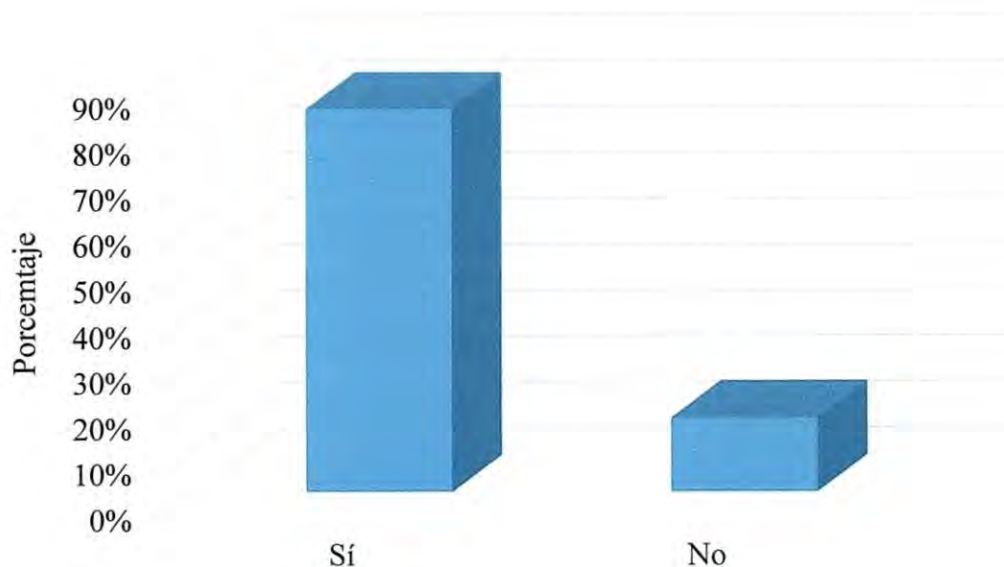


Figura 5. Porcentaje de la muestra dispuesto a tomar clases de música en *Conniff Academia*.

En cuanto a los instrumentos que los encuestados preferirían aprender a tocar se encuentran principalmente: la guitarra con un 24%, el piano con un 19%, el violín con el 13%, batería 13%, saxofón 9%, trompeta 7% y la tuba, clarinete y trombón el 4%. En último lugar se encuentran la flauta con el 2%, y otros el 1%, tal como se muestra en la Figura 6.

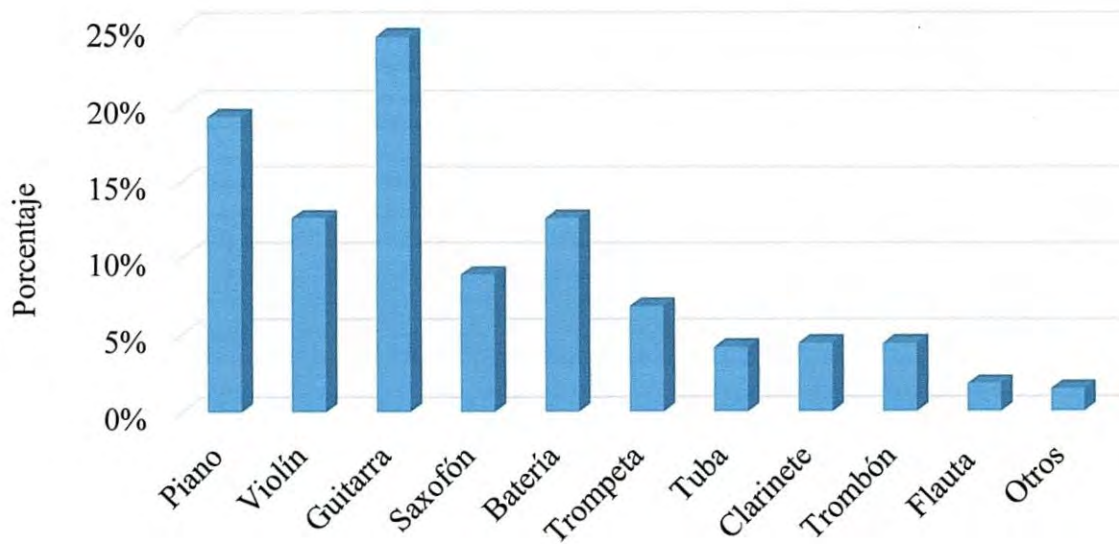


Figura 6. Instrumentos musicales preferidos por la muestra.

La Figura 7, indica que a la mayoría de los encuestados les interesaría tomar clases de música como un entrenamiento en un 48%, seguidos por quienes están interesados en trabajar en el ámbito musical con el 31%, aprenderían para usarla como terapia el 19% y otros 2% manifestaron que solo por cultura general.

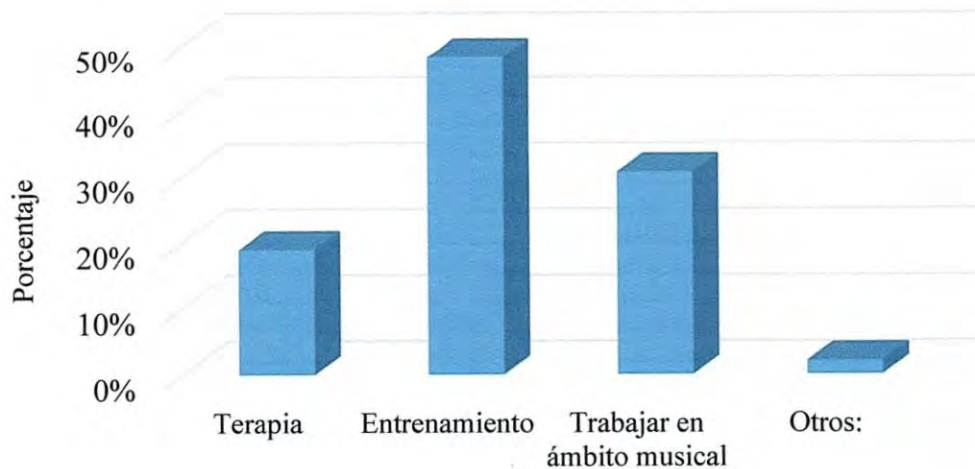


Figura 7. Razones para aprender a tocar instrumentos musicales.

Un aspecto importante en la expresión de las personas es la vocalización, la cual se refiere a la pronunciación de manera correcta y adecuada de todos los sonidos que pertenecen a una lengua determinada, se asienta en el proceso de fonación, el cual es un trabajo muscular, que es realizado para poder realizar la emisión de sonidos que resulten entendibles para los demás, y que a partir de ello pueda mantenerse una comunicación oral. Por ello, resultó importante cuestionar de, si además de aprender a tocar algún instrumento musical les gustaría aprender vocalización; el 100% de la muestra Sí respondieron estar interesados. De ese porcentaje de interesados, el 33% indicó que les gustaría cantar en coros y el 67% indicó que les gustaría cantar como solista (Figura 8).

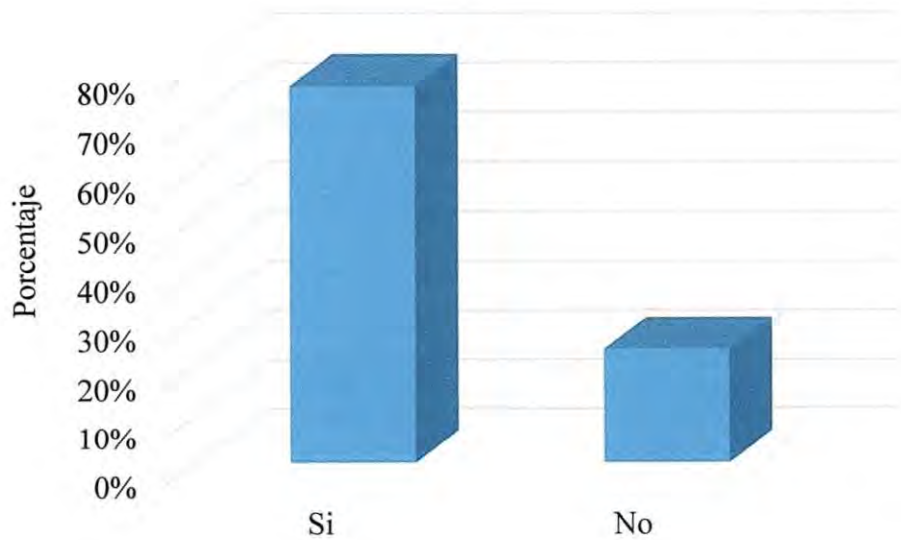


Figura 8. Porcentaje de la muestra interesada en estudiar vocalización.

La Figura 9, indica que el género musical que prefieren aprender los encuestados es el género romántico con un 41%, seguido por el género pop con el 34%, el género de banda con el 22% y, otros el 3%.

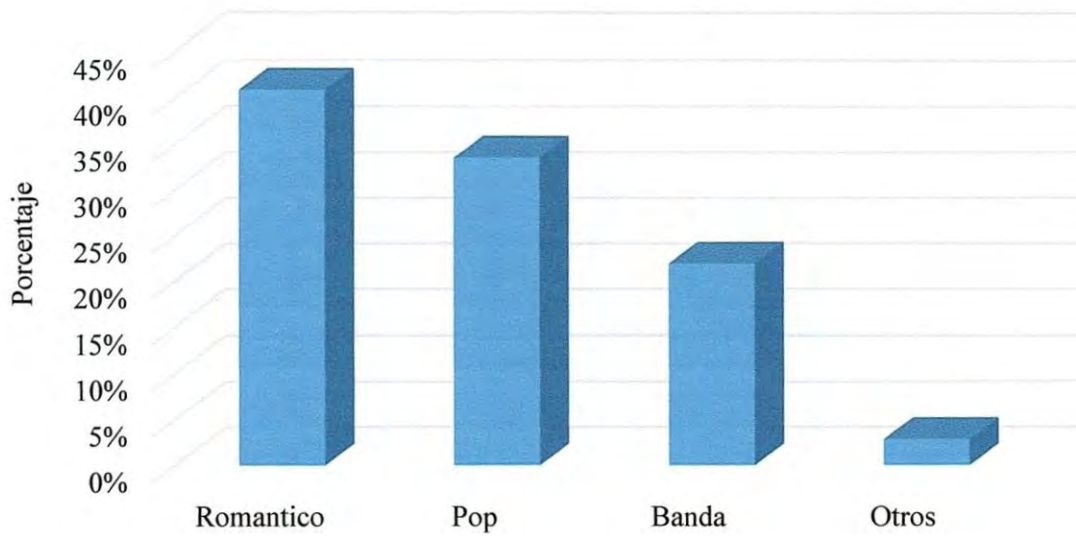


Figura 9. Géneros musicales de mayor preferencia.

En la Figura 10 se reflejan resultados de las condiciones importantes que valoraron los encuestados para asistir a *Conniff* Academia: atención profesional fue el 37%, por ubicación cercana el 28%, por accesibilidad el 21% y por confiabilidad el 14%.

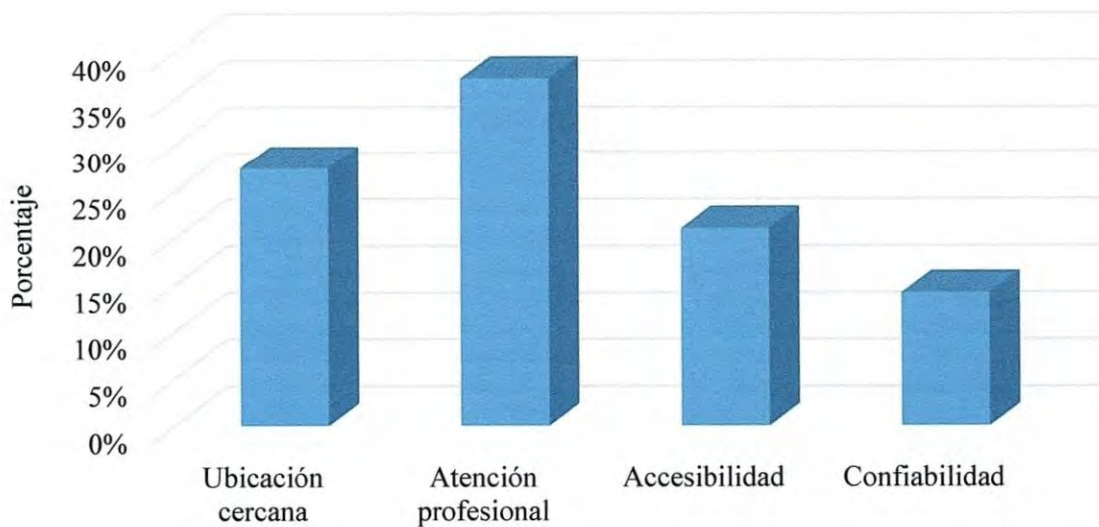


Figura 10. Condiciones importantes para asistir a *Conniff* Academia.

Se les cuestionó cuál sería el monto que los encuestados estarían dispuestos a pagar mensualmente para recibir clases en *Conniff* Academia. En primera instancia aparece la mensualidad fijada en \$400.00 a \$500.00 con un 58%, seguido por una mensualidad entre los \$600.00 y los \$700.00 en un 34%, con menor porcentaje figuran quienes estarían dispuestos a pagar más de \$700.00 (Figura 11).



Figura 11. Monto mensual que estarían dispuestos a pagar por asistir a clases en *Conniff* Academia.

En relación al tipo de promoción que los encuestados les gustaría recibir de *Conniff* Academia, el 46% dijeron que se les gustaría se les becara, el 41% les gustaría recibir descuentos y el 13% les gustaría recibir matrícula gratis. En este aspecto, la academia apoya a alumnos de bajos recursos mediante becas especiales, porque algunos son alumnos destacados con talento para la música, pero que su familia o tutores no cuentan con suficientes recursos para financiar sus estudios educativos musicales (Figura 12).

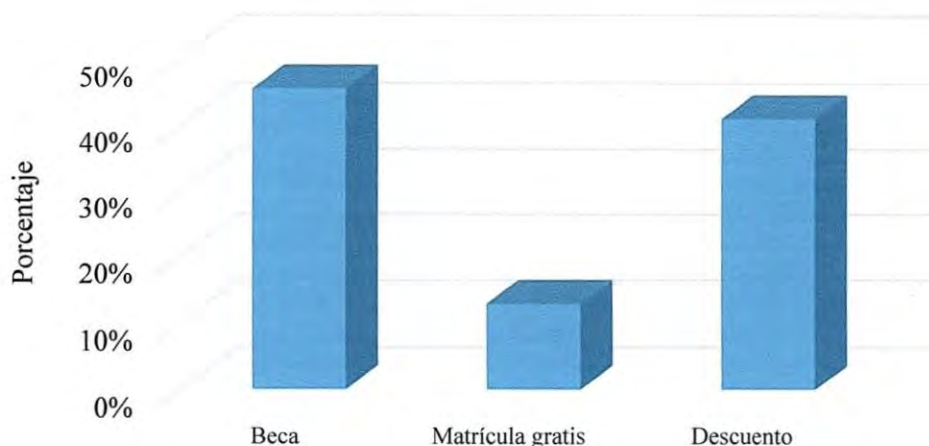


Figura 12. Tipos de promoción les gustaría a encuestados de *Conniff Academia*.

Se cuestionó sobre la disponibilidad de los interesados para asistir a estudiar música, de los cuales 35% dijeron que les gustaría toda la semana o dos veces por semana fueron también el 35%, tres veces por semana el 18% y solo los fines de semana el 12%. Es muy importante el aspecto de motivación que promueve la academia *Conniff* en sus estudiantes, parte de ello se refleja en estos resultados, porque se promueve la sensibilización y competencias, que impactan en su formación cognitiva a través de la música (Figura 13).

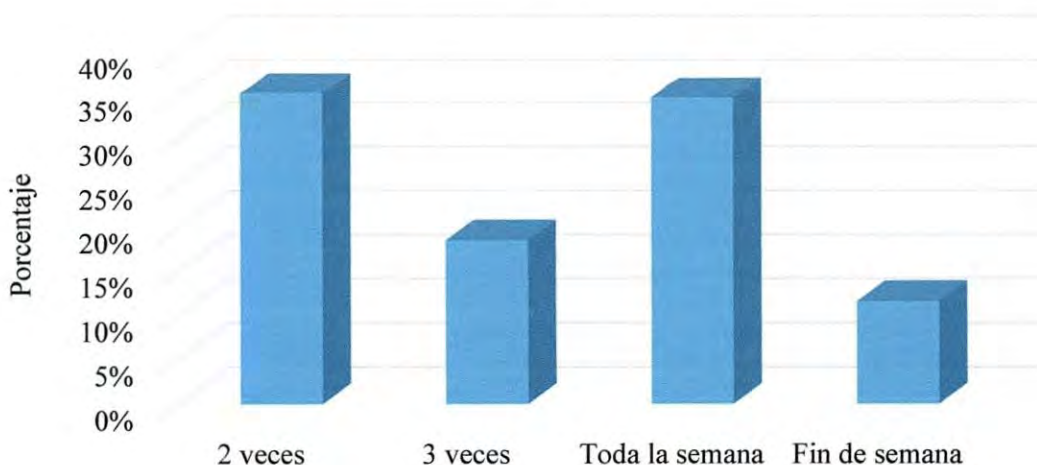


Figura 13. Disponibilidad para asistir en la semana a *Conniff Academia*.

En la Figura 14, considerando la importancia que tiene la planificación de actividades en la preferencia de horarios, para tomar clases de música en una academia, los encuestados opinaron que les gustaría: de tarde-noche el 59%, a medio día el 27%, de mañana el 8% y otro tipo de horario el 6% de los que mencionaron que pudiera ser mixto, por motivos de otros quehaceres. En *Conniff Academia*, además de sus horarios normales durante todo el año, diseña cursos especiales en temporadas vacacionales de verano, de por lo menos dos horas diarias para personas interesadas de todas las edades.

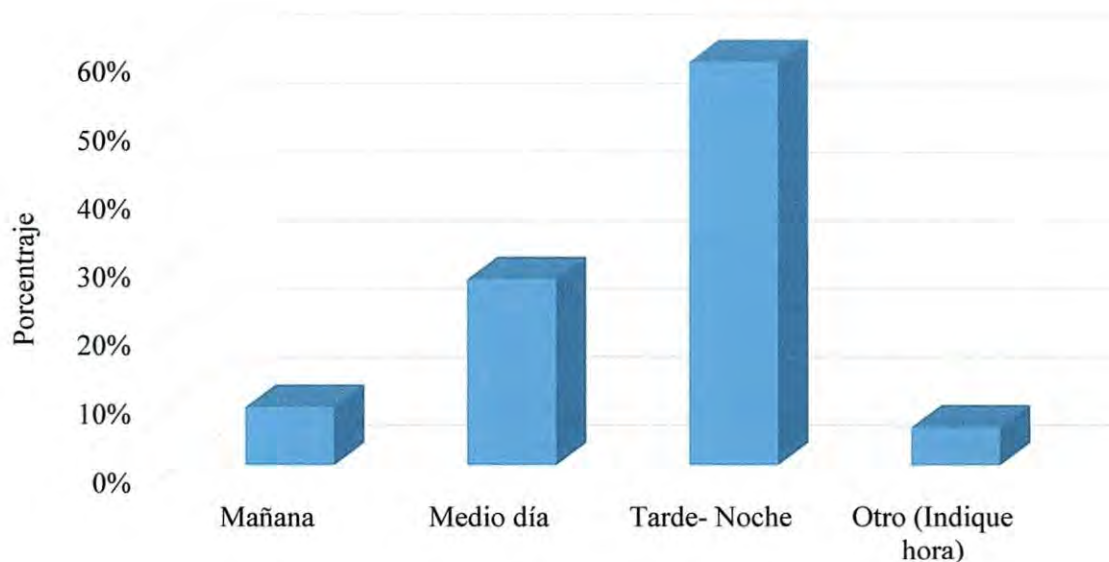


Figura 14. Horario de preferencia por los encuestados.

En la Figura 15, un aspecto interesante conocer fue sobre el apoyo hacia la cultura de las artes, específicamente sobre la opinión de encuestados referente a la cultura de la música en la ciudad de Santa Ana, Sonora. El 60% de encuestados manifestaron que falta apoyo promovido por instituciones privadas, sociales o gubernamentales, el 22% dijeron que No

hay apoyo porque generalmente es privada y costosa la rentabilidad para una academia, el 17% dijeron que Sí conocían instituciones de apoyo pero que son fuera de la ciudad, como en Hermosillo, Nogales u otras; además el 1% mencionó que lo desconocía o no les interesa que les apoyen.

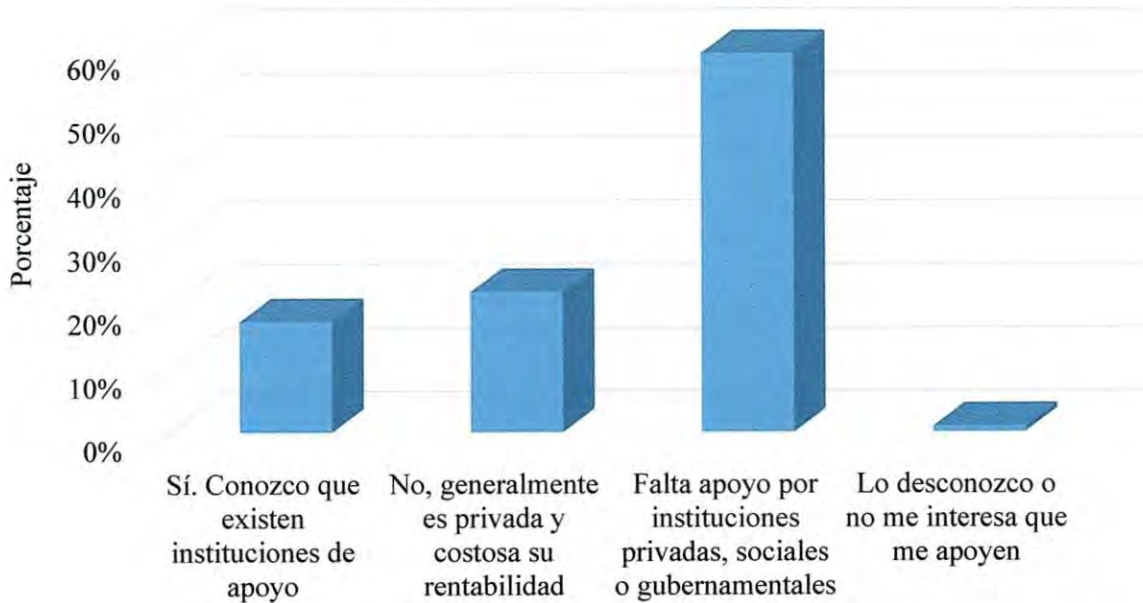


Figura 15. Consideraciones sobre apoyo a la cultura de música en la ciudad.

Finalmente, se les preguntó a los encuestados sobre las consideraciones de Sí una academia de música ayuda a impulsar el talento artístico en la ciudad. El 87% contestaron afirmativamente, el 13% consideraron que dependía de la misma cultura de las personas y nadie contestó que, No sería funcional. En este aspecto, cabe mencionar que *Conniff* Academia Sí ha impulsado durante siete años, tiempo de haberse constituido como academia, a varios niños y jóvenes con talento para el dominio de sus destrezas, lo cual ha tenido impacto en sus vidas, ya que la cultura musical es muy amplia y diversificada en cuanto a

estilos, gustos y necesidades, las cuales permiten también desarrollar capacidades artísticas y educativas que son demostradas mediante la organización pública de conciertos en los que se presentan los alumnos de grados avanzados o los más destacados en cada uno de los programas educativos de diferentes instrumentos, a la vez de proporcionar un servicio con toque de distinción (Figura 16).

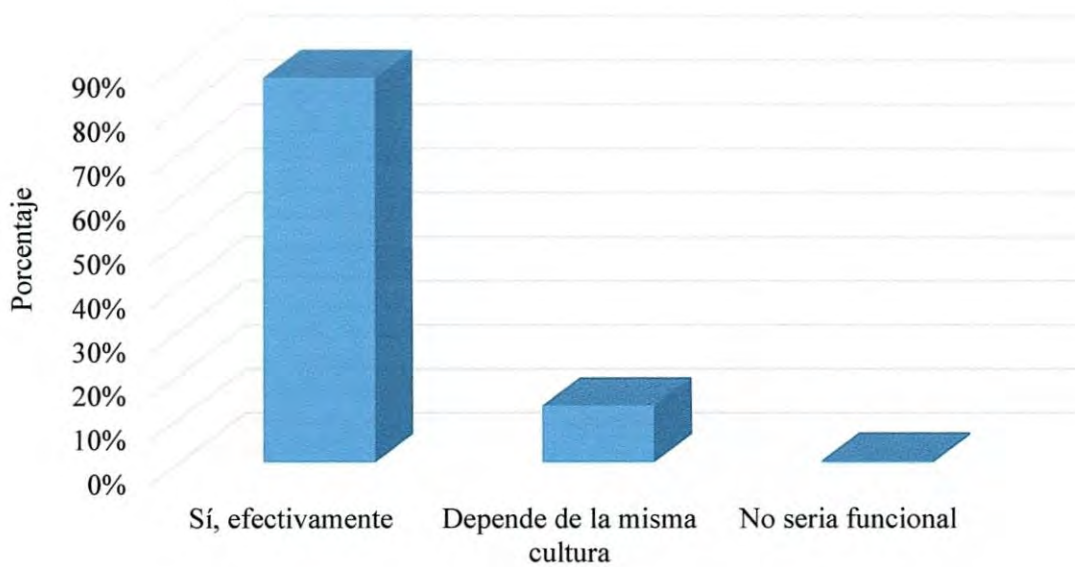


Figura 16. Consideraciones de sí una Academia de música impulsa el talento.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las artes se originan desde las primeras civilizaciones en la tierra, y surgen como un deseo del hombre de expresarse. En el estudio realizado se concluye que:

- La música sí es importante en el proceso de enseñanza aprendizaje, sobre todo en niños desde edad temprana a jóvenes, ya que les permite la socialización y el descubrimiento de sus habilidades culturales.
- Respecto al rango de edad, en este estudio no fue un factor determinante para la adquisición de competencias musicales, debido a que manifestaron gran variabilidad en sus gustos y fue muy marcada su preferencia por ciertos estilos de música que les gustaría aprender a interpretar, y también se identificaron los diferentes instrumentos musicales que *Conniff* Academia les ofrece en sus programas de enseñanza.
- En base a la encuesta realizada en la parte cuantitativa, podemos concluir que el mercado meta de *Conniff* Academia son los padres de familia, quienes determinan la decisión de sus hijos por aprender a tocar algún instrumento musical, ya que son los que pagan las inscripciones y cuotas mensuales; otra parte del segmento del mercado lo definen jóvenes y adultos independientes, que también eligen aprender en ese tipo de cultura musical.
- Respecto a los objetivos planteados se encontró que: el analizar el mercado de *Conniff* Academia es primordial para identificar el porcentaje de clientes potenciales que nunca han tomado clases de música, de los cuales un 84% de los encuestados manifestaron que sí estarían dispuestos a tomar clases en *Conniff* Academia, lo cual significa un alto porcentaje de personas interesadas en adquirir competencias o habilidades en ese tipo de arte. Por otra parte, el estudio implica que sí es posible el fomentar la sensibilización hacia la cultura musical de proyectos musicales que beneficien a personas interesadas o

instituciones educativas de la región de Santa Ana, Sonora, ya que la mayoría de los encuestados manifestaron su interés en trabajar en el ámbito musical.

- En referencia a la hipótesis, se ha podido comprobar que la mayoría de las personas (más de 80%) entre ellas niños y jóvenes estudiantes de la academia o de otras instituciones educativas, sí desean el servicio de educación musical y solo un 19%, del 30% planteado del resto de personas encuestadas, manifestaron que solo estudiarían música para entretenimiento personal, terapia, etc., considerando que los factores más influyentes son, el servicio y la calidad.

Las recomendaciones hacia los resultados de la presente investigación son:

- Es importante considerar siempre el perfil del cliente y realizar un estudio socioeconómico en base a lo que esta investigación ha arrojado, pues es la base para determinar programas de estudio, montos de colegiaturas y horarios de esa academia.
- Que se realicen encuestas y entrevistas semestrales para conocer el grado de satisfacción de los alumnos que asisten a la academia, con el fin de detectar oportunidades de crecimiento personal en el desempeño de las habilidades adquiridas por competencias musicales.
- Otra recomendación es ofrecer los servicios de la academia en el ámbito pedagógico regional, en lo cual se pueda ampliar más la información de los beneficios de utilizar la música en instituciones educativas, ya sea en materias que requieran concentración, creatividad e inspiración para determinados proyectos en el aula, y poder planificar actividades específicas para cada área; con ello, poder seguir contribuyendo eficazmente en el aprendizaje e impacto educativo y al desarrollo de competencias, por la sensibilización hacia la cultura musical en niños y jóvenes de niveles básicos a superiores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adorno, T. 1966. Filosofía de la nueva música. Editorial Península, Buenos Aires, Argentina. 235-245p.
- Adorno, T. 1969. Una fisiognómica musical. Editorial Península, Buenos Aires, Argentina. 46-50 p.
- Alpert, J. y M. Alpert. 1990. Music Influences on Mood and Purchase Intentions. Journal Psychology and Marketing. Número 7. Austin, Texas, U.S.A. 109-134 p.
- Anónimo 2010 a. El liceo digital: música.<http://www.Liceodigital.com/música/lamusica.htm>. (8 de noviembre de 2016).
- Anónimo 2010 b. Introducción a la música: Sonido digitales. <http://www.Liceodigital.com/música/lamusica.htm>. (8 de noviembre de 2016).
- Benassini, M. 2009. Introducción a la Investigación de Mercados, Enfoque para América Latina. Editorial Prentice Hall. México. Pág. 97, 243, 244, 246.
- Besson, M. y Schön, D. 2001. Comparison between Language and Music. En R. J.
- Blanquer, A. 1989. Análisis de la forma musical. Editorial Piles. Valencia, España. 145-156p.
- Blacking, J. 2006. ¿Hay música en el hombre? Madrid: Alianza
- Borbón, G. 2009. Taller de producción musical. 8p. <http://prodmusical.unsl.edu.ar/apuntes/Produccion%20discografica.pdf> (17 de marzo de 2017).
- Burgos, J. 2007. La música de consumo española en el siglo XXI. <http://www.Scribd.com/doc/6757292/La-Música-de-Consumo>. (17 de marzo de 2017).
- Casares, R. E. 1977. La música en el barroco. Editorial Obviedo. Buenos Aires, Argentina. 56-89p.
- Cervera, R. 1998. Así se hacen las canciones. Revista CNR Numero 23. Grupo Zeta. Madrid, España. 46-52 p.
- Colás M. y Buendía E. 1998. Investigación Educativa. Alfar.
- Collado, G. 2006. Revista Notas Preliminares: La creación musical y sus intérpretes. Núm. 16. 152-156 p.
- Copeland, J. 2001. The art of sound, music & soul to listening. Mc Graw Hill. Cuarta Edición. New York, U.S.A. 333-345 p.

- Cross, I. 1999. Is music the most important thing we ever did? Music, development and evolution. En Suk Won Yi (Ed.), Music, mind and science. Seoul: Seoul National University Press. Recuperado el 14 de agosto de 2017, en <http://www.mus.cam.ac.uk/~ic108/MMS/#Heading3>
- Cross, I. 2001. Music, Cognition, Culture and Evolution. *Psychology of Music*, 29 (1):95-102.
- Diccionario Real Academia Española. 2016. Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=m%C3%BAstica>
- EducaMarketing. 2005. Guía para realizar una Investigación de Mercados. <http://educamarketing.unex.es/Docs/guias/pdf>. Pág. 4, 8, 13.
- Espinosa, S. 2006. Ecología acústica y educación. Barcelona: Graó.
- Estévez, A. y F. Sánchez. 2008. El cerebro musical. Editorial Universidad de Almería. Almería, Madrid, España.
- Fubini, E. 1976. La estética musical desde la antigüedad hasta el siglo XX. Editorial Alianza Música. Madrid, España.
- García, F. 2003. Claves para el marco escolar. *Cuadernos de Pedagogía*, 328:52-54
- Gainza, V. 2002: Pedagogía musical. Dos décadas de pensamiento y acción educativa. Buenos Aires: Lumen
- Hargreaves, A. 1999. Profesorado, cultura y postmodernidad. Madrid: Morata
- Hargreaves, D. 1998. Música y desarrollo psicológico. Barcelona: Graó.
- Hargreaves, D. y North A. 1999. The functions of music in everyday life: Redefining the social in music psychology. *Psychology of Music*, 27:71-83
- Hargreaves, D. y North, A. 2003. Eds. *The Social Psychology of Music*. London: Oxford University Press
- Hargreaves, D., Marshall, N. y North A. 2005. Educación musical en el siglo XXI: una perspectiva psicológica. *Eufonía*, 34:8-32
- Hodges, D. 1999. Human Musicality. In D. A. Hodges (Ed.), *Handbook of Music Psychology* (pp.29-68). San Antonio: IMR Press
- Hodges, R. 2001. Using ICT in music teaching. In Ch. Philpott & Ch. Plummeridge (Eds.), *Issues in Music Teaching* (pp.170-181). London: Routledge

- INEGI. 2010. Ubicación geográfica de Santa Ana, Sonora. <http://www.mapas-de-mexico.com/sonora-state-mexico/sonora-state-mexico-map-c1.gif>
- Jauset, J. 2008. Música y neurociencia: la musicoterapia. Disponible en: <http://books.google.com.gt/books?id=zPrrM9AlvrMC&pg=PA26&dq=musica+definicion&hl=es&sa=X&ei=vQDyUejNMYjy9gTv->
- Kodaly, Z. 1974 a. A hundred year plan. In Mrs. Z. Kodaly (Ed.). The Selected.
- Kodaly, Z. 1974 b. Music in the kindergarten. In Mrs. Z. Kodaly (Ed.). The Selected.
- León, T. 1988. Teoría y estética de la música, Editorial Taurus, Madrid, España. 203-210p.
- López, A. 2001. ¿Qué son, para qué sirven y cómo se hacen las investigaciones de mercado? Editorial Continental. México. Pág. 13, 29, 30.
- López, M. 2007. La música en centros de educación infantil de Galicia e Inglaterra. <http://books.google.es/books?id=UUGmrVCupiAC&printsec=frontcover&dq=la+musica+en+centros+de+educacion+infantile>
- López, R., Ortega, E. y Félix, N. 2015. Conniff Academia: Una misión emprendedora musical en Santa Ana, Sonora. En M. Robles, D. Camarena y J. Martínez (Eds). Economía y Administración del Siglo XXI. Tendencia y retos. (pp. 323-338). Capítulo III. Primera edición. Editorial Jorale Editores, S.A. de C.V. Hermosillo, Sonora, México: Universidad de Sonora.
- Malhotra, N. 2008. Investigación de mercados. Editorial Pearson Educación. México.
- Masís, C. 1989. Administración de instituciones o procesos educativos. San José, Costa Rica: EUNED.
- Musumeci, O. 2005. Audioperceptiva humanamente compatible. Eufonía, 34:44-59
- Pablos, L. 1996. Aproximación a una estética de la música contemporánea. Ciencia Nueva Publicaciones, Madrid, España. 168 p.
- Palacios, S. 2012. La musicoterapia para el tratamiento educativo de la diversidad. [http://books.google.com.gt/books?id=qJCpY_cUgssC&pg=PA22&dq=elementos de+la+musica+y+su+influencia+musicoterapia](http://books.google.com.gt/books?id=qJCpY_cUgssC&pg=PA22&dq=elementos+de+la+musica+y+su+influencia+musicoterapia)
- Palmeiro, C. 2004. La industria discográfica y la revolución digital. 38p. <http://estatico.buenosaires.gov.ar/areas/discograficas/documentos/Laindustriadiscograficaylarevoluciondigital.pdf> (16 de agosto de 2017).

- Rutz, H. 1954. Dictionary of Music and Musicians. St. Martin Press Inc. Vol.II. New York, USA. 901-902 p.
- Rowell, L. 1987. Introducción a la Filosofía de la Música. Editorial Gedisa. Barcelona, España. 56 p.
- Sachs, B. 1972. Administración y Organización Educacional. Un enfoque conductista. Buenos Aires, Argentina: El Ateneo.
- Schafer, M. 1992. Hacia una educación sonora. Buenos Aires: Pedagogías Musicales Abiertas
- Small, Ch. 1980. Música, sociedad y educación. Madrid: Alianza
- Swanwick, K.1991. Música, pensamiento y educación. Madrid: MEC y Morata
- Swanwick, K.1999. Teaching music musically. London: Routledge-Falmer.
- Travé, G. 2003. Música y problemas sociales. Cuadernos de Pedagogía, 328:48-50
- Vargas, F. 1993. Los Efectos de la Canción de Consumo en el Gusto Musical y en Algunas Manifestaciones Culturales del Estudiante. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Venegas, O. 1994. Análisis taxonómico de las recomendaciones incluidas en los trabajos finales de graduación presentados en la Escuela de Administración Educativa en el período 1977 – 1990. (Tesis de licenciatura sin publicar). Universidad de Costa Rica, San José, C.R.
- Zillmann, D. y Gan, S.2003. Musical taste in adolescence. In D. J. Hargreaves y A. C. North (Eds.) The Social Psychology of Music (pp.161-187). London: Oxford University Press.



ENCUESTA

(Anexo 1)

La presente encuesta tiene como objetivo analizar el mercado de *Conniff Academia* (estudios musicales especializados) situada en Santa Ana, Sonora. Marque con una X (equis) su respuesta. Se agradece su tiempo y colaboración.

A. Sexo:

a). Masculino b). Femenino

B. Nivel de estudios alcanzados:

a). Educación Primaria _____
b). Educación Secundaria _____
c). Educación Media _____
d). Universidad / Técnica _____
e). Otros (Especifique): _____

C. Edad:

a). 15 – 20 años _____
b). 21 – 25 años _____
c). 26 – 30 años _____
d). 31 – 35 años _____
e). 36 – 40 años _____
f). 40– 45 años _____
g). 46 – 50 años _____
h). Más de 50 años _____

1. ¿Ha tenido usted la oportunidad de tomar clases de música en *Conniff Academia* o en alguna otra institución?

Sí, frecuentemente _____ Algunas veces _____ No, lo desconozco _____

2. ¿Le gustaría asistir a *Conniff Academia*, quien tiene prestigio de ser una escuela de música especializada que le garantiza aprender arte musical?

Sí _____ No _____ (si la respuesta es No, finaliza la encuesta)

3. Mencione cuáles instrumentos le gustaría aprender a tocar en *Conniff Academia*:

piano _____ violín _____ guitarra _____ saxofón _____ batería _____ trompeta _____ tuba _____
clarinete _____ trombón _____ flauta _____ Otros (mencione): _____

4. ¿Por qué razón le gustaría aprender a tocar uno o varios instrumentos y/o cantar?

Terapia _____ Entretenimiento _____ Trabajar en ámbito musical _____ Otros: _____

5. ¿Le gustaría, aparte de aprender a tocar algún instrumento, estudiar vocalización?

Sí _____ No _____

6. Si la respuesta anterior fue Sí ¿en qué género musical le gustaría especializarse?

Coros ___ Solista ___

7. ¿Algún género en especial que le gustaría?

Romántico ___ Pop ___ Banda ___ Otros (mencione): _____

8. ¿Qué condiciones cree sean importantes para asistir a *Conniff Academia*?

Ubicación cercana ___ Atención profesional ___ Accesibilidad ___ Confiabilidad ___

9. ¿Cuánto estaría dispuest@ a pagar al mes, por asistir a clases en *Conniff Academia*?

\$400.00 ___ \$500.00 ___ Entre \$500.00 a \$ 700.00 ___ Más de \$700.00 ___

10. ¿Qué tipo de promoción le gustaría que le ofreciera *Conniff Academia*?

Beca ___ Matrícula gratis ___ Descuento ___

11. ¿Cuántos días a la semana, piensa que podría asistir a *Conniff Academia*?

2 veces ___ 3 veces ___ Toda la semana ___ Fin de semana ___

12. ¿En qué horario de preferencia le gustaría asistir a *Conniff Academia*?

Mañana ___ Medio día ___ Tarde-noche ___ Indique hora: _____

13. ¿Considera que en su ciudad se apoya a la cultura para aprender música?

Sí, conozco que existen instituciones de apoyo ___

No, generalmente es privada y costosa su rentabilidad ___

Falta apoyo por instituciones privadas, sociales o gubernamentales ___

Lo desconozco o no me interesa que me apoyen _____

14. ¿Considera que una Academia musical accesible, es una fuente de impulso al talento artístico en su ciudad?

Sí, efectivamente ___ Depende de la misma cultura ___ No sería funcional _____

¡Muchas gracias por su valiosa información!



Conniff
ACADEMIA
CALIDAD POR EXCELENCIA

TEMPORADA DE OPORTUNIDADES
PARA DESARROLLAR TU TALENTO

music lessons

guitarra	flauta
violín	piano
vocalización	saxofón
trompeta	clarinete
trombón	TUBA

Inscripciones A partir de las 4 pm
Días 23 | 25 | 30 de Agosto 2016
Inicio Jueves 1º de Septiembre
Lic. Ramón López Ortega

CONTACTO Oficina 32 40557
Cel. (641)101-0178
Aldama 201 nte. Col. Centro Santa Ana, Son.

Conniff
ACADEMIA
CALIDAD POR EXCELENCIA

TEMPORADA PARA DESARROLLAR TU
"TALENTO"

Inscripciones 23 | 25 | 30 Agosto 2016
A partir de las 4 pm
1º Inicio Jueves de Septiembre

Piano | Guitarra | Vocalización
Trompeta | Saxofón
Clarinete | Violín | Flauta
Trombón | Tuba
*Clases personalizadas



Lic. Ramón López Ortega

CONTACTO Oficina 32 40557
Cel. (641)101-0178
Aldama 201 nte. Col. Centro Santa Ana, Son.

Conniff
ACADEMIA
CALIDAD POR EXCELENCIA

TEMPORADA PARA DESARROLLAR TU
"TALENTO"

Inscripciones 23 | 25 | 30 Agosto 2016
A partir de las 4 pm
Inicio Jueves 1º de Septiembre
Lic. Ramón López Ortega

CONTACTO Oficina 32 40557
Cel. (641)101-0178
Aldama 201 nte. Col. Centro Santa Ana, Son.

"CURSOS PROFESIONALES DE VERANO"

Casa Cultura

Conniff
ACADEMIA
CALIDAD POR EXCELENCIA

Piano Guitarra Vocalización
Trompeta Saxofón Clarinete
Violín Flauta Trombón Tuba

Del 07 de Julio al 01 de Agosto.
Lic. Ramón López Ortega
Para más informaciones
Casa Cultura Magdaleno (641)32 4 49 31
Oficina Santa Ana (641)32 4 05 57.

Club Concierto
Un toque de elegancia a tu evento

Presentaciones
Conciertos
Misas

Lic. Ramón López Ortega

ESTUDIOS PROFESIONALES DE
"INSTRUMENTOS MUSICALES"

Conniff
ACADEMIA
CALIDAD POR EXCELENCIA

Niños desde 4 años en adelante y Adultos.

* Piano * Guitarra
* Vocalización * Trompeta
* Saxofón * Clarinete * Violín
* flauta * Trombón * Tuba...

Nueva Temporada
Inscripciones abiertas
Lic. Ramón López Ortega

Para más información:
Off. (641) 32 4 05 57 Cel. (641) 101 01 78
Aldama 201 nte. Col.centro. Santa Ana, Son.



FOTOGRAFÍAS DE PRESENTACIONES CULTURALES (Anexo 3)





