



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
GESTIÓN EN TURISMO Y CULTURA

CENTRO INTEGRAL DE DESARROLLO Y PRODUCCIÓN MUSICAL

PROYECTO DE TÍTULO PARA OPTAR AL GRADO DE: ADMINISTRADOR TURÍSTICO  
CULTURAL

ALUMNA: MARY ELSA STEPHANIE QUINTANA BAHAMONDE  
PROFESORA GUÍA: CLAUDIA ARANCIBIA IBACETA

AÑO 2012

*Dedicado a todas las personas que han estado a mi lado y que han influido de forma importante en mi formación como estudiante y como persona.*

*Dedicado a toda mi familia.  
En especial a mis padres, Oscar Quintana y Sofía Bahamonde, a mis queridas hermanas Johanna y Javiera.*

*A mis amigas y a todos; Muchas gracias.*

## Agradecimientos

Cada acto, situación e instancia en la vida que tiene un significado importante, está conformado por el apoyo, colaboración y el cariño de otros. Es por eso que en el término de este proceso quiero agradecer a todos aquellos quienes estuvieron presentes, tanto en la cercanía como en la distancia y que, de una manera u otra, hicieron posible mi formación como profesional y la creación de este proyecto.

A mis padres, que desde pequeña me inculcaron el valor de la educación y me regalaron la oportunidad y confianza para convertirme en una profesional. Gracias a ellos, siempre tuve la seguridad de que podría seguir mis sueños y anhelos. A mi hermana Johanna Quintana, por la crianza, por su dedicación y compromiso, por enseñarme día a día lo que realmente es importante en la vida, además de convertirse en un modelo a seguir en cuanto a la formación profesional. De ella tomo este ejemplo y trato cada día de convertirme y pasar a ser un modelo para mi pequeña hermana Javiera Reveco.

A mis compañeras y compañeros de carrera, en especial a Cristina Escobar, mi gran amiga, quién me acompañó en cada momento de felicidad y dificultad. Y a Sebastián Faust, por su cariño y constante apoyo en todos “mis momentos”, ambos han pasado a ser un pilar fundamental en para mi, para mi vida y para mi bienestar.

Quisiera agradecer a Claudia Arancibia, quien significa para mí mucho más que una docente. A ella le agradezco, en particular, su comprensión, sus consejos, su sinceridad el cariño y en especial su alegría y simpatía.

Agradezco también a los profesores de la carrera Gestión en Turismo y Cultura, quienes cumplen, además de su rol como docentes, un rol importante en la formación personal del alumnado, por medio del apoyo, la comprensión y del cariño que logran establecer con los alumnos en general.

Quisiera agradecer, también a Ricardo Lira, por darme la oportunidad de integrarme y permitirme conocer la labor, el trabajo y el esfuerzo realizado día a día por los músicos chilenos en cumplimiento de sus proyectos y sueños.

Y en definitiva, agradezco a todos quienes participaron, de alguna u otra forma, en la creación de este proyecto, a quienes me apoyaron, me ayudaron y me colaboraron en el proceso de este arduo trabajo, a todos ellos muchas gracias.

## Resumen del proyecto

El Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical nace como un proyecto para entregar, de alguna u otra forma, un espacio destinado al fomento de la industria musical nacional, el cual tiene como principal objetivo y propósito la ocupación de los músicos emergentes de la región de Valparaíso y del país. Este proyecto se realiza bajo el amparo y para la organización Músicos Independientes de Valparaíso (Miv).

El Centro Integral se estructura en sí sobre áreas estructurales, las que responden a generar de manera especializada un espacio de desarrollo y formación para los artistas musicales emergentes y también profesionales. Las áreas del Centro son: Área de Creación y Perfeccionamiento, Área de Extensión y comercialización, Área de Formación e Investigación y por último el Área de Fabricación.

Cada área se ocupa de distintas unidades, las que en conjunto estructura una línea de fomento al artista y a la obra musical chilena.

El área de Creación y Perfeccionamiento cuenta con las unidades de: Salas de ensayo (perfeccionamiento), Estudio de grabación y sala de post-producción audiovisual. El área de Extensión y Comercialización cuenta con las unidades o espacios de: Sala de conciertos (capacidad 400 personas), sala de conciertos (100 personas), Punto de ventas, café interactivo musical, sala de exposición de piezas y una sala de exposición audiovisual como espacio complementario para la obra musical. El área de Formación e Investigación tiene las unidades de: Laboratorio Lutheria, Investigación de Luthería, archivo y mediateca, y los espacios o unidades para Talleres. Y por último, como proyección a largo tiempo se propone la implementación de área de Fabricación, la que contará con las unidades de: Prensadora de Vinilos y una Duplicadoras de Cd y Dvd.

Este proyecto, propone en concreto la realización estructural, organizacional e implementación del área de Extensión y Comercialización. Esto es, partiendo desde la premisa que las unidades agrupadas para el área de Creación y Perfeccionamiento se están, gestionando, coordinando y que tendrán un lugar en el Centro Cultural Valparaíso (Ex Cárcel), gracias a la gestión del MIV. El área a implementar, procura entregar una instancia y espacio para el desarrollo de artistas musicales, tanto emergentes como profesionales, como es además, entregar una plataforma acondicionada que les permita representar su arte, esto por medio de la producción de eventos a realizar por el área de Extensión del Centro.

Palabras calves: Industria musical, Artista musical emergente, Fomento, Extensión, Producción, Valparaíso.

## Abstract

The Center for Integrated Development and Music Production was created as a project to deliver, somehow, a space dedicated to promoting the music industry, which main objective and purpose the occupation of new musicians from the region of Valparaiso and the country. This project is under the protection and organization for Independent Musicians in Valparaiso (IMV).

The Center for Integrated Development and Music Production itself is divided on structural areas, which respond to influence and even specialized space training and development for emerging musical artists and professionals. Center areas are, Development and Improvement Area, Extension, Recreation and Marketing Area, Research and Training Area and finally the Manufacturing Area.

Each area is responsible for different units, which together structure a line of promotion to the artist and the musical work in Chile.

The area of Development and Improvement has units: Rehearsal rooms (improvement), recording studio and audiovisual postproduction room. Extension area, recreation and marketing have the units or spaces: Concert hall (capacity 400 people), a concert hall (100 people), Point of sales (POS), interactive music cafe, showrooms and an audio-visual room as additional space for the musical. The area of Training and Research has units: Lutheria Laboratory, Research Luthería, file and mediatheque, and spaces or units for workshops. And finally, as long-term projection is proposed the implementation of manufacturing area, which will have units: presser of Vinyl records and CD and DVD Duplicators.

This project aims in particular the structural realization, organizational and implementation of Extension area, Recreation and Marketing. That is, starting from the premise that grouped units for the area of Development and Improvement are, managing, coordinating and they will have a place in the Valparaiso Cultural Center (former prison), thanks to the management of IMV.

The area to implement, seeks to give an instance and space for the development of musical artists, both emerging and professional, as well as deliver a conditioned platform that allows them to represent their art, this through the production of events to be performed by the Extension Center Area.

Keywords: music industry, music artist, Development, Extension, Production, Valparaiso.

## Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Resumen del Proyecto	iv
Abstract	v
CAPITULO I: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	1
1.1 Introducción	2
1.2 Fundamentación del Proyecto	3
1.3 Metodología para la estructuración de la Propuesta	6
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	8
2.1 Centro Cultural	9
2.1.1 Antecedentes históricos de los centros culturales	10
2.1.2 Inicio de la Actividad Cultural en Chile	11
2.1.3 La Extensión Universitaria como principal Agente Cultural	11
2.2 Centro Integral	15
2.3 Música	16
2.3.1 Música y Cultura	17
2.4 Música en Chile	17
2.4.1 El nacimiento de la música en Chile	18
2.4.2 Música contemporánea en Chile	21
2.4.3 Nueva Canción Chilena	28
2.5 MIV: Músicos Independientes de Valparaíso	34
2.6 Luthería	36
2.7 Música Experimental	37
CAPITULO III: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	40
3.1 Actividad Cultural en Chile	41
3.2 Infraestructura Cultura en Chile	47
3.3 Demanda Actual	54
3.4 Oferta Actual	55
3.5 Identificación de variables para la elaboración de la Propuesta	56
3.6 Referencia Internacional	56
3.6.1 Argentina: “Peteco’s Music & Art”	58
3.6.2 Uruguay: “Centro Cultural de Música”	59

3.6.3	España: “La Nave Producciones”	60
3.6.4	Proyecto Venezuela: “Complejo Musical de Acción Social por la música, Simón Bolívar”	61
CAPITULO IV: ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN		62
4.1	Macro-Localización	63
4.1.1	Diagnostico Sectorial de Valparaíso	63
4.1.2	Contexto Histórico-social de Valparaíso	70
4.1.3	Contexto Artístico-cultural	72
4.2	Micro-Localización	73
4.2.1	Calle Serrano; Edificio Subercaseaux	74
CAPITULO V: DESCRIPCIÓN Y LINEAMIENTOS DEL CENTRO		77
5.1	Naturaleza del Proyecto	78
5.2	Perfil del Proyecto	79
5.3	Aspectos Estratégicos	80
5.3.1	Visión	80
5.3.2	Misión	80
5.3.3	Objetivo General	80
5.3.4	Objetivos Específicos	81
5.3.5	Valores	81
5.4	Marca	82
5.4.1	Logotipo	82
5.4.2	Isotipo	83
5.5	Estructuración del Proyecto	83
5.5.1	Líneas de Acción	85
5.5.2	Área de Creación y Perfeccionamiento	86
5.5.3	Área de Extensión y Comercialización	87
5.5.4	Área de Formación e Investigación	90
5.5.5	Área de Fabricación	92
5.6	Fases del Proyecto	93
CAPITULO VI: PROYECTO A IMPLEMENTAR		95
6.1	Presentación de la Fase a Implementar	96
6.1.1	Fundamentación de Fase a Implementar	96
6.2	Aspectos Estratégicos	97
6.2.1	Objetivo General	97
6.2.2	Objetivos Específicos	98

6.3	Etapas de Implementación	98
6.4	Estructura Organizacional	99
6.4.1	Capacidades Duras y Blandas	106
CAPITULO VII: ANALISIS Y ALCANCES ESTRATÉGICOS		113
7.1	Análisis del Entorno	114
7.1.1	Análisis del Macro-Entorno: P.E.S.T.A.L.	114
7.1.2	Análisis del Micro-Entorno: Las 5 Fuerzas de Porter	123
7.2	Generación de Valor	127
7.2.1	Perspectiva desde los Recursos	127
7.2.2	Perspectiva desde las Actividades	128
7.2.3	Cadena de Valor	128
7.3	Ventaja Competitiva	133
7.4	FODA	134
7.5	Marketing Mix, Análisis de las 7 “P”	136
7.5.1	Servicio	136
7.5.2	Distribución	137
7.5.3	Precio	137
7.5.4	Comunicación	139
7.5.5	Personal	142
7.5.6	Proceso	143
7.5.7	Evidencia Física	144
7.6	Carta Gantt del proyecto	146
CAPITULO VIII: MERCADO Y DEMANDA		147
8.1	Segmentación del Mercado	148
8.2	Cuantificación de la Demanda	148
CAPITULO IX: ESTUDIO FINANCIERO, ESTRUCTURA DE COSTOS, GASTOS Y FLUJO DE CAJA		150
9.1	Costos del proyecto: Área de Extensión y comercialización	151
9.1.1	Costos de Inversión Inicial	151
9.1.2	Costos de equipamiento y construcción	152
9.1.3	Costos Fijos	155
9.1.4	Costos Variables	155
9.2	Gastos Operacionales	156
9.3	Flujo de Caja	157

CAPITULO X: PLANOS PROYECTIVOS DEL PROYECTO	158
10.1 Plano Número 1: Plantas Subterráneas	159
10.2 Plano Número 2: Plantas 1 y 2	160
10.3 Especificaciones	161
10.4 Situación con y sin Proyecto	162
CAPITULO XI: LINEAS DE FINANCIAMIENTO	165
11.1 Fondo de Reconstrucción del Patrimonio	166
11.2 Fondos Cultura	166
11.3 Fondos Cultura; Fondos de Fomento de la Música	166
11.4 Fondo Nacional de Desarrollo Regional	168
CAPITULO XII: PROPUESTAS A FUTURO	169
12.1 Propuestas a largo plazo	170
CAPITULO XIII: ANEXOS	171
13.1 Guía para determinación de Costos unitarios por metro cuadrado	172
Conclusión	174
Referencias Bibliográficas	175

## CAPITULO I: PRESENTACIÓN DEL PROEYCTO

## 1.1 Introducción

La música forma parte importante en la vida de todas las personas, es más, este arte ha sido el principal medio de expresión de diversas culturas a lo largo de la historia mundial. Muchas etnias utilizaban la música como el principal instrumento de expresión para realizar distintos rituales tanto religiosos, familiares, de guerra, para la celebración de costumbres, la celebración de etapas temporales, entre otros.

Por hoy, la música conforma una industria entera y completa para y en todos los países del mundo, la cual abarca y agrupa un sin fin de estilos musicales, géneros, subgéneros y una constante aparición de vanguardias.

En Chile, la industria musical, al igual que en el resto del mundo, está compuesta por diversos estilos y con el creciente desarrollo de nuevas vanguardias musicales, como puede ser, la música experimental. Sin embargo, a diferencia de muchos países como son Argentina y Uruguay, las formas y manera de tratar la música, además de los tipos de fomentos que esta tiene son muchos más y el nivel es mayor, en cuanto al desarrollo de la Industria musical chilena. El fomento a la música en nuestro país es muy disgregado, ya que la industria se dedica y ocupa de llevar a cabo principalmente proyectos musicales que responden, de manera casi primordial, a los típicos y principales estilos musicales; rock, pop, cumbia, dejando muchas veces, a nuevas propuestas y géneros a la deriva.

Este “entusiasmo” con la música tradicional actual genera, evidentemente, un abandono al desarrollo de otros y nuevas propuestas musicales, lo que significa la continua aparición de bandas bajo el mismo género musical, ya sea por el miedo al fracaso musical, por la falta de oportunidades, por la falta de escena musical, entre tantos otros factores. En relación a lo anterior, resalta el poco fomento y el número de oportunidades destinadas a la música experimental y en general a la música emergente.

El término emergente hace referencia a aquellos músicos que se encuentran en su etapa inicial artística. En cuanto a esto, es muy importante destacar que en el país, no se han generado instancias concretas que apoyen y colaboren con el desarrollo de aquellos artistas que calzan bajo esta “categoría”.

A partir de todo lo anterior, el presente proyecto tiene como principal objetivo estructurar un espacio destinado al fomento de las diversas líneas de la Industria musical nacional, en especial para el desarrollo de músicos emergentes de la región y del país y nace, además, como resultado de un interiorizado conocimiento de la situación actual de músicos en la región y comuna de Valparaíso junto al trabajo de la organización “Músicos Independientes de Valparaíso” (MIV),

organización que se encarga de gestionar, colaborar y apoyar, de alguna u otra forma, en lo mayor posible, los proyectos de músicos independientes y emergentes de Valparaíso.

Para poder hacer una delimitación entre las líneas a interactuar en el proyecto, se debe de antemano, investigar y realizar un diagnóstico de la situación actual de la industria y del artista musical. Una vez que sean discriminados los lineamientos a conjugar en el proyecto, se hace necesario correlacionar aquellas unidades y espacios ya determinados, que pueden interactuar en conjunto, dando paso, entonces a las áreas del proyecto.

Las áreas del proyecto responden indistinta, pero a la vez correlacionadamente al desarrollo integral de artistas y de la obra musical de la región y del país. Por tanto, una vez que se establecen las áreas a conjugar en el Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical, se determina, para este proyecto, la estructuración e implementación del área de Extensión y comercialización.

Para esta etapa a implementar se propone como principal objetivo estructurar un espacio, destinado a la producción y concreción de proyectos y eventos musicales, que permitan responder de manera real y concreta a los diversos requerimientos y necesidades para el desarrollo de una de las líneas de la industria musical nacional.

## 1.2 Fundamentación del Proyecto

La música es y ha sido el arte con mayor nivel de acogida y alcance comunitario en la historia mundial y del país. Esta es el principal medio de expresión de artistas y de personas receptoras, su estructura, forma, medio y composición hacen de este arte un idioma universal que puede llegar, conmover y ser decodificado por cualquier persona en el mundo.

La música puede significar para muchos, el principal medio de expresión, sobre el cual pueden disponer y constituir sus estados anímicos, situaciones, relatos, declaraciones de amor, amistad, cariño, críticas sociales o políticas, entre tantos otros temas.

A lo largo de la historia nacional, la música chilena, ha sufrido diversos cambios, movimientos y evoluciones. Estos, se deben principalmente a influencias de países cercanos, cambios políticos o referidos sobre tal temática, evolución temporal y, de manera más reciente, la introducción de la tecnología en la vida cotidiana de las personas. Con respecto a este último tema, la tecnología si bien, permitió un masivo acceso a grandes porcentajes de la población, por otra parte, de manera desfavorable para la industria musical, este alcance y avance tecnológico ha causado la llegada e intensificación de fenómenos como es la “piratería” tergiversando la cultura nacional y en especial, la industria musical nacional.

Bajo la misma línea, gracias a este masivo alcance, el artista musical, ya no percibe ingresos en relación creación y disgusto de sus obras, gracias a la “descarga gratis”. El problema, que hay que enfrentar hoy, es que, debido a todo lo anterior referido a la tecnología, la población chilena, está acostumbrada a consumir música y diversos productos derivados genéricos de este arte, de manera gratuita, y es más, la población acostumbra a consumir cultura sólo cuando dicho evento es gratuito. Hecho que es muy diferente a lo sucedido en Francia; el país fundador de los eventos culturales de importancia y de los centros o casas de la cultura, en donde cada evento artístico requiere el pago de un derecho de admisión, el cual no es menor.

O para ser más cercanos y específicos; Argentina, lugar en donde la industria musical cuenta con un alto nivel de desarrollo, en donde se ven y conjugan inversiones tanto públicas y privadas, bajo el mismo propósito que es el fomento a la música nacional. Acá, de igual manera, los eventos y las grandes producciones musicales, tiene un costo, y mejor aún, la población acostumbra a realizar dichos derechos de admisión.

En definitiva, retomando la temática en cuestión, los avances, cambios y movimientos políticos han determinado, en gran parte, la composición de la música nacional actual. Música que, si bien ha evolucionado, tiende a responder básicamente a los cánones musicales y sociales establecidos en las grandes épocas que le otorgaron un auge a la música nacional. Sin embargo, durante los últimos años, se han incorporado nuevas estructuras y formas para la creación de música, dando origen a diversos subgéneros y nuevos estilos musicales.

Bajo esta línea, es importante destacar el trabajo realizado por ciertas bandas musicales, principalmente emergentes, quienes se han introducido y han experimentado con estas nuevas estructuras de composición, creando una música nueva y única.

En Valparaíso y a lo largo del país son diversas las bandas y artistas, quienes dedican gran tiempo, o tiempo completo a desarrollar nuevos proyectos y su carrera musical en sí. Pese a lo anterior, el apoyo y la colaboración, ya sea pública o privada, para el desarrollo óptimo e íntegro de la música nacional, no es suficiente.

El país, por su parte, no se ha ocupado de entregar un espacio significativo para el desarrollo de la industria musical, ni mucho menos de generar instancias específicas, concretas y equitativas para la comunidad, en fomento a la industria musical nacional.

En definitiva, resulta muy importante, de manera casi vital, desarrollar bandas, artistas y proyectos que pongan en valor la música nacional, generando, entonces, una industria potencial, sobre la cual se permitan establecer nuevos y crecientes proyectos musicales. Esta puesta en valor de la música, ayudará a demostrarle a la población que el desarrollo de eventos artísticos y el consumo cultural en sí, son aristas importantes en el desarrollo humano y de la sociedad, arte

que requiere un costo, por muy bajo o alto que sea este. Sobre todo, el desarrollo del arte musical, ya que para su realización, el artista requiere la inversión en diversos instrumentos, y el proceso creativo y productivo, conforma una carrera que les lleva tiempo completo.

Por hoy, el consumo cultural dentro del presupuesto familiar está viviendo un paulatino ascenso y en general, la cultura nacional. Se puede ver, por medio de encuestas nacionales, como el consumo y la participación en eventos artísticos culturales.

La música nacional, por su parte y en especial, también está pasando por un paulatino proceso de auge y desarrollo. Esto se ve demostrado a través de los datos estadísticos expresados en las Encuestas Nacionales de Consumo y Participación Cultural. En donde se ven favorecidos los ítems de asistencia a conciertos, consumo de productos culturales musicales, los hábitos de escuchar música, entre otros.

Por tanto, es importante utilizar tales datos e información para el desarrollo de nuevos proyectos, considerando que existe anualmente un mayor porcentaje dispuesto a consumir y participar en eventos musicales.

Pasando a otro tema, la ciudad de Valparaíso es constantemente escenario de una amplia cartelera cultural a final de cada año, si bien, esto logra responder, muchas veces a la tónica y esencia de la ciudad, no todos los eventos pueden desarrollarse en las plazas o calles, junto a la conjugación de los genéricos sonidos y ruidos de la ciudad. Se podría decir, que muchas veces no es el escenario apropiado. Siempre y cuando este, no se trate de una puesta en escena.

Pese a lo anterior, en Chile no se ha generado una instancia, una infraestructura y en definitiva un proyecto que logre integrar los diversos lineamientos necesarios para el desarrollo de la música regional y nacional que logre ponerla en valor.

Por lo tanto, este proyecto se estructura en base a la carencia de diversas líneas de fomento a la industria musical nacional, ya que en Chile no se ha estructurado algún proyecto que permita crecer y desarrollar de manera íntegra el artista y la obra musical nacional. La infraestructura existente en Chile, para proyectos musicales es muy escasa, es más, muchos de los eventos se realizan en espacios como son; gimnasios deportivos y escolares, chancas comunitarias, plazas y hasta en la calle misma, lo que encarece, en cierta forma, el costo de realizar un evento musical. Esto es en particular para las bandas emergentes, quienes generalmente no cobran por realizar sus eventos y deben hacer un traslado de sus equipamientos.

Por hoy, los espacios que conforman la actual infraestructura musical, están dados por estudios de grabación y salas de ensayo, las que se encargan de manera especializada e individualizada de suplir una necesidad musical en particular. Sin embargo, el hecho de practicar sin el punto de vista de profesionales y de grabar un “demo” o un compilado que integre las mejores obras de

los artistas y las bandas, no significa que se esté supliendo con las necesidades concretas y específicas para un buen desarrollo de la industria musical.

Considerando otros factores, el Gobierno de Chile, ha generado ciertas instancias y programas que intentan responder a las necesidades y generar un fomento a la industria nacional musical, sin embargo, son diversos los agentes que dificultan las relaciones entre los músicos y los programas. Esto es a que, generalmente, se considera, desde la perspectiva de muchos músicos, independiente de la organización, o estilo musical, que las reales y concretas necesidades no son atendidas por tales programas gubernamentales, quienes “malgastan el dinero en generar proyectos que consideran bandas de alta fama y éxito nacional”. Lo que genera, por lo tanto, problemas internos entre los artistas y los diversos agentes de estos programas.

### 1.3 Metodología Para la estructuración de la Propuesta

El método utilizado para la elaboración de este trabajo consiste en fundarse bajo los estadios propuestos por la “investigación proyectiva”. Este tipo de investigación propone encontrar o dar a conocer una solución, por medio de propuestas, diseños, proyectos o programas, a los problemas prácticos, además, se ocupa de cómo deberían ser las cosas para alcanzar los fines y funcionar adecuadamente.

La Psicóloga especializada en Dinámica de Grupo; Jacqueline Hurtado de Barrera, se ha desempeñado como investigadora y asesora de proyectos de investigación, ella define la investigación proyectiva como: “...la elaboración de una propuesta, un plan, un programa o un modelo, como solución a un problema o necesidad de tipo práctico, ya sea de un grupo social, o de una institución, o de una región geográfica, en un área particular del conocimiento, a partir de un diagnóstico preciso de las necesidades del momento, los procesos explicativos o generadores involucrados y de las tendencias futuras...”(1)

En cuanto a la elaboración de estas posibles soluciones para la situación o problema determinado, la misma autora, expresa lo siguiente: “Para que un proyecto se considere investigación proyectiva, la propuesta debe estar fundamentada en un proceso sistemático de búsqueda e indagación que requiere la descripción, el análisis, la comparación, la explicación y la predicción.”(2)

Efectivamente el presente trabajo genera su propuesta, una vez que pasa por la investigación y análisis de los estadios de la investigación proyectiva, los cuales son; el estadio descriptivo, el estadio analítico, el estadio comparativo, el estadio explicativo, el estadio predictivo y el estadio proyectivo.

En el estadio descriptivo, el presente, por medio de un diagnóstico que describa la situación actual concordante con la línea del proyecto, realizará un análisis de los factores y elementos que son necesarios para el desarrollo y la producción musical, como también conocer las necesidades actuales de los músicos nacionales, en especial de los emergentes e independientes. Durante este estadio se estudiará de manera superficial la demanda existente, además se estudiarán las condiciones que rodean y pudiesen generar una tendencia en la situación actual. El análisis de las ofertas existentes en la región de Valparaíso, en relación con el servicio, los factores complementarios, entre otros, corresponde al estadio analítico. En tal estadio se generará, además, un análisis, el cual revisa los elementos que participan directa e indirectamente en el contexto de la propuesta. En esta instancia se analizan también, las variables que podrían integrarse a la elaboración del proyecto.

En el estadio comparativo se hará una concisa investigación entre los oferentes de cualquiera de las distintas líneas de acción que forme el proyecto. Por otro lado, se realizará un análisis de las ofertas actuales generadas internacionalmente. En el estadio explicativo se investigarán las causas que hacen hoy en día tal situación.

Una vez realizado lo anteriormente expresado, en el estadio predictivo se comienzan a trazar las diferentes opciones y/o soluciones que pueden mejorar la situación actual del desarrollo y la producción musical en Valparaíso y en Chile. La predicción, expresa de manera preliminar las variables, lineamientos y formas que integrará el proyecto final. Este estadio permite, de cierto modo, anticipar las situaciones que pueden interferir en el futuro.

Y finalmente el estadio proyectivo, como bien indica, consiste en la elaboración concreta de un plan, o generar un diseño de la propuesta, la cual pueda suplir el déficit de la infraestructura e implementación necesaria para la producción de proyectos artísticos musicales, además de ampliar las oportunidades oferentes para estos, por medio de diferentes estrategias que se generarán a lo largo de la elaboración del proyecto.

En síntesis, a grandes rasgos, el presente trabajo visto desde una perspectiva más amplia que la guiada por los estadios, como primera instancia se hará, por medio del diagnóstico una identificación de problemas y carencias actuales, se identificará la demanda existente y que es lo que se demanda, cuál es la necesidad que se pretende cumplir. Luego se analizará la propuesta cultural musical de hoy en día (cómo se desenvuelve la oferta). Desde este punto de vista se generan posibles soluciones, se realizará una comparación con otras regiones o países, a modo de referencia internacional y luego se generará la propuesta.

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

El marco teórico, es el capítulo encargado de reunir todos aquellos antecedentes, teorías, que permitan contextualizar los cometidos especificados para este proyecto. En este capítulo se analizarán, todas aquellas especificaciones que, de alguna u otra forma, conjugan de manera general en diversas líneas específicas del proyecto.

## 2.1 Centro Cultural

Según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, para acercarse a la definición de *Centro Cultural* se puede mencionar, primeramente, la Guía de Estándares FEMP de España, donde se describe un centro cultural como “aquel equipamiento con carácter territorial que realiza una actividad social y cultural prioritaria y diversificada, con dotación para realizar actividades de difusión, formación y creación en diferentes ámbitos de la cultura, así como dinamización de entidades”. (3)

Si bien, los objetivos de un centro cultural se establecen en base a factores internos y externos, como pueden ser; la o las disciplinas que este imparte y el público potencial asistente, se puede, al menos, concluir como objetivo principal de un centro cultural; el disponer de una plataforma para la formación, creación y difusión del quehacer artístico-cultural como elemento integrador social para una comunidad determinada.

Los centros culturales se caracterizan por ser, en su mayoría, inmuebles únicos en donde se fundan las diversas actividades que ahí se ofrecen, no obstante, sus funciones se pueden concretar con la colaboración de otros espacios anexos a este. El doctor Friedhelm Schmidwelle, investigador del instituto Iberoamericano de Berlín, señala lo siguiente: “Los Centros Culturales se encuentran en una especie de “No lugar” o en un lugar a medias entre muchas instituciones y sus respectivos conceptos o programas culturales. Organizamos exposiciones, pero no somos museos, muestras de cine, pero no somos cines, coloquios y ponencias científicas sin convertirnos en universidades, y muchos de los centros culturales tienen una vasta colección de libros sin convertirse exclusivamente en bibliotecas, o publican libros sin ser por eso una editorial”. (4)

Resulta difícil establecer una definición de lo que son los espacios culturales, ya que estos se deben entender como espacios en donde conjugan dimensiones artísticas y culturales, las cuales no sólo se producen en espacios físicos, sino que también en espacios simbólicos y virtuales. Debido a esto, el concepto de espacio cultural siempre será mucho más amplio y abarcará más dimensiones de lo netamente referido a su infraestructura.

El Consejo Nacional de la Cultural y las Artes establece a grandes rasgos que “un espacio cultural debe ser entendido, por un lado, como un lugar donde las personas pueden acceder y participar de las artes y los bienes culturales en su calidad de públicos y/o creadores; por otro, como motor que anima el encuentro, la convivencia y el reconocimiento identitario de la comunidad” (5). A partir de esto un espacio cultural, bien organizado sobre el cual se sepan descifrar las dinámicas culturales y

conectarlas con las propuestas de sus mentores y las necesidades de sus audiencias, este puede llegar a formar parte importante, como componente simbólico, de la comunidad en la cual se inserta.

### 2.1.1 Antecedentes históricos de los centros culturales

El referente más antiguo de centros culturales data en 1884, cuando se crearon en Dinamarca las primeras universidades populares con el fin de responder a las necesidades derivadas del desarrollo generado a partir de la Revolución Industrial.

En la guía de consulta; “Introducción a la Gestión e Infraestructura de un Centro Cultural Comunal”, realizada por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, cuenta que: “En Alemania, la primera volkhochschule (universidad popular) se fundó en 1919. En la década de los 50’, Francia, el Reino Unido e Italia abordaron la reflexión sobre el papel de la cultura y la educación como vehículo de cohesión nacional, dando pie a la posterior aparición de modelos de espacios culturales de proximidad, tales como las *Maisons de la Culture*, los *Community Centres* y los *Contri Civici*, respectivamente”. (6)

Los establecimientos relacionados con la cultura adquirieron gran importancia y fueron muy bien acogidos en Europa occidental. Es así como España y Francia logran destacar – hasta el día de hoy – en el componente cultural.

Cada país logró crear un perfil cultural, en base a sus formas de funcionamiento y administración. Francia, por su parte, optó por cobrar desde sus inicios la asistencia a las distintas actividades realizadas por las *Maisons de la Culture*, lo que les fue otorgando un carácter elitista a diferencia de España, en donde, las actividades se realizaban de manera gratuita. Esta opción permitió expandir y fortalecer el futuro de estas “casas de cultura” en Francia, las cuales con los años se fueron transformando en complejos centros culturales que continuaron realizando programas, por Europa, que destacaron, por su excelencia, disponibilidad y recursos monetarios. Hoy en día el propósito y carácter de los centros culturales en Francia siguen la misma línea.

En España los centros culturales nacen impulsados por los movimientos de educación popular a fines del siglo XIX cuando ciertas organizaciones como los ateneos liberales, los centros obreros, la Institución Libre Enseñanza, las casas del Pueblo y las Misiones Pedagógicas, comenzaron a tomar importancia social en el país.

El concepto “centro cultural” en España toma fuerza y se manifiestan como un motor necesario y complementario para la educación y la vida en sociedad. A partir de esto, tan solo entre el año 1988 y 1995 se ordena la construcción de 97 nuevos centros culturales.

### 2.1.2 Inicio de la Actividad Cultural en Chile

En Chile casi no existen documentos ni artículos que den cuenta de la historia o antecedentes de los primeros espacios culturales. Sin embargo, se puede hacer mención al fenómeno ocurrido a mediados de los años 60 y principio de los 70; expresado en el nacimiento del concepto “Extensión Universitaria”, la que logró dar paso a la creación de los primeros espacios destinados al desarrollo, producción y difusión de la cultura en Chile. La extensión fue uno de los tantos efectos provocados tras el movimiento político-cultural llamado; La Reforma Universitaria, ocurrido en los años 60 y que tuvo lugar en toda Latinoamérica.

A finales de 1930 y principios de 1940, en Chile, comienza a producirse un desarrollo importante en las artes y en el campo que podría llamarse para la época; extensión artístico-cultural. Las artes en Chile, a mediados de los años 40, estaban surgiendo como un gran componente social, se podría decir para ese entonces que la cultura nacional se encontraba en su apogeo.

Durante la década del 40 y 70 las universidades chilenas cumplieron un rol fundamentalmente importante en el desarrollo y difusión de la cultura. Esta funcionalidad fue posible gracias a la institucionalización de la extensión cultural como área primordial de las universidades.

En Chile el desarrollo cultural se dio de manera muy diferente en relación al resto de Latinoamérica y Europa, en donde el gobierno y distintas instituciones se encargaban de crear y generar productos y espacios destinados al desarrollo de la cultura. Chile, por su parte, a diferencia de muchos países latinoamericanos nunca tuvo Ministerio de Cultura, lo que generó que las universidades fueran las encargadas de suplir el déficit cultural del país bajo el amparo de las instituciones llamadas “Extensión Universitaria”

### 2.1.3 La Extensión Universitaria como principal Agente Cultural

La extensión universitaria - cuyo propósito inicial era entregar a los estudiantes superiores opciones de recreación y esparcimiento a modo de asignaturas integrales para la formación del alumnado - nace de la expresión “extensión cultural”. Para poder entender el significado del término extensión cultural se cita a continuación a Patricio Donoso Ibáñez, quien define: “Por extensión artístico-cultural se entiende la acción de presentar o representar a un determinado público una creación en el ámbito artístico-cultural, en la forma de un concierto, una exposición de plástica, una obra teatral, un ciclo de cine, una conferencia en temas de cultura general, u otras formas similares. Lo que se extiende en este caso, no es necesariamente el fruto de un trabajo de investigación o reflexión académica previa, sino la interpretación de la creación de un autor, o la exhibición del trabajo de éste”. (7)

La extensión universitaria se dio en Latinoamérica de manera muy diferente al de su origen en Inglaterra y Estados Unidos donde se exigía respectivamente, por un lado, mejor educación y capacitación para los adultos y estos poder integrarse al desarrollo industrial y, por otro lado, la extensión se desarrollo basado en que las universidades debían responder a las necesidades de cada comunidad local.

Con la llegada de los años 60 se hizo fuerte el movimiento de la Reforma Universitaria, esta exigía una reforma de las estructuras, contenidos y fines de las universidades. En relación a la finalidad de dichas instituciones, una de las peticiones correspondía a reestructurar y reconocer como parte fundamental para la formación integral del alumnado la extensión como un área de igual gran importancia y trascendencia que los estudios.

Bajo los cambios institucionales ocurridos en la reforma universitaria, los estudiantes y académicos reconocen la extensión y la hacen parte del quehacer universitario. Una vez que las artes estaban bajo el alero de las universidades, estas pudieron recibir una serie de beneficios tales como subvenciones estatales indirectas, donaciones, patrocinios, entre otros, pero lo más importante denota en el nuevo perfil de institucionalización otorgado por las universidades que les permitió tener un cierto grado de autonomía ante la coyuntura política.

Por la segunda mitad de la década del 50 se integra a la extensión universitaria la televisión convirtiéndose en un gigante organismo cultural que contaba con medios de comunicación masivos, es decir, la radio, la televisión y los medios editoriales.

Es esencial destacar la impecable labor desarrollada por la Universidad de Chile, La Universidad Católica y la Universidad Técnica del Estado (actual Universidad Santiago de Chile) ya que bajo su amparo se lograron gestionar eventos culturales apoyados por instituciones propias y anexas al sector académico.

La extensión universitaria fue un tema principal durante la reforma universitaria, hecho al cual la Universidad Católica ya se había anticipado. Luego de analizar los temas de reformar el ya existente “Departamento de Extensión Universitaria”, tras un cambio de rector, se creó la Vicerrectoría de Comunicaciones, cuyo objetivo principal fue generar una nueva cultura nacional que se enfocara en el pueblo. La Vicerrectoria de Comunicaciones se reorganizó de manera interna, integrando aquellas disciplinas artísticas que se encontraban al margen y creando nuevas actividades culturales, todo bajo la nueva línea que debía cumplir la extensión universitaria. Se puede destacar actividades como exposiciones, festivales, espectáculos, conciertos entre otros, no obstante, se destaca el nivel de producción que logró alcanzar la Universidad Católica la cual organizó novedosas actividades culturales que tuvieron gran resonancia social para la época, tal como es el Primer Festival de la Nueva Canción Chilena en el año 1969, un homenaje a Violeta Parra y al gran escritor Neruda lo que le ayudo a renovar la

imagen social de la universidad, la cual había sido tachada como muy conservadora. Luego se crearía la “Escuela de Artes de la Comunicación” (EAC).

En cuanto a la Universidad de Chile, la extensión universitaria tenía una larga historia y, antes de entrar en la época de la reforma universitaria, ya poseía organismos centrales tales como el “Instituto del Teatro”, el “Instituto de Extensión Musical” (IEM), entre otros. La Universidad de Chile era muy completa en sus funciones relativas al arte y a la comunicación, pese a esto, durante la reforma universitaria, también ocurrieron cambios en la extensión. La labor y actividades de la extensión se fueron ampliando e intensificando. Su estructura también sufrió reorganizaciones, la nueva reforma produjo la creación del “Instituto del Arte Latinoamericano”, además se ideó un plan para establecer control en las funciones netas de la extensión, creando así la “Comisión Nacional de Extensión y Comunicaciones”.

En relación a la Universidad de Chile y la Universidad Católica, la Universidad Técnica del Estado (UTE) era muy reciente, empero a esto, la UTE demostró tener la capacidad necesaria para desarrollar de manera acelerada la extensión artística-cultural, la cual fue establecida como misión principal según lo dictado en el nuevo estatuto orgánico. Bajo esta nueva estructura de extensión se creó la “Secretaría Nacional de Extensión y Comunicaciones”; según Kirberg, ex-rector de la universidad “esta Secretaría puso el acento en el estímulo a la creación y el desarrollo de una conciencia progresista en todos los ámbitos de la sociedad, aparejado al disfrute de la cultura, el arte y la técnica por parte de las grandes masas” (8). Dicha secretaría tenía a su cargo al “Departamento de Extensión Artística” cuya principal acción era promocionar la cultural teniendo como objetivo al sector predominante del país; el pueblo. Para poder concretar esto, junto con la colaboración de la “Federación de Estudiantes” se consiguió realizar festivales, recitales, actuaciones, jornadas de interacción, café concert, entre otros.

Los grupos artísticos con los que contaba la UTE eran de diferente índole, entre estos se podía destacar grupos de música culta, corales, ballet, folclórico etcétera, sin embargo, los grupos populares (vinculados al actual trova) lograron alcanzar éxito y un gran impacto en la nación. Las expresiones culturales desarrolladas por la Universidad Técnica de Estado pudieron llegar a todo el territorio nacional, además de incursionar en algunos países extranjeros. Esto se debió a que la UTE utilizaba medios modernos de comunicación masiva. Por tal razón, en un corto lapso la universidad logró colocarse a la vanguardia de la extensión universitaria.

Con el pasar del tiempo, las universidades siguieron la nueva línea de la extensión establecida después de la reforma universitaria. Sus actividades crecieron a tal punto que sobrepasaron los límites institucionales de la universidad en cuanto organismo y, por medio de convenios, las intervenciones culturales se realizaron en diversos espacios como parques, sindicatos, colegios, etc. Para seguir creando actividades culturales y dar lugar a las artes, el espacio académico debió abrir sus puertas.

“El recinto universitario se abrió ampliamente para las actividades culturales de artistas, estudiantes y público en general. En las universidades surgieron grupos musicales, peñas, conjuntos teatrales, etc. En esta época las peñas, en particular, constituyeron un nuevo espacio musical en el que los músicos entablaron un estrecho contacto con el público en un ambiente íntimo. El edificio Gabriela Mistral (posterior edificio Diego Portales) fue puesto a disposición de los estudiantes para la realización de conciertos y actividades culturales, y así prestó un importante servicio como espacio cultural”. (9)

Las actividades desarrolladas por la institución académica; extensión, aumentaban sin límites, es más, junto a este progreso las instituciones encargadas se ocupaban de entregar nuevos espacios de perfeccionamiento para los estudiantes como a los artistas, para estos últimos en una modalidad casi de acogida.

“Para muchos artistas la Universidad no sólo era el organismo por el cual llegar a realizar un ideal sino también era tal vez el único lugar estable para la creación y la extensión” (10).

Mientras avanzaba el apogeo de las artes y la cultura en Chile, se demostraba que la extensión compartía muchos pensamientos relacionados con el movimiento de izquierda. Asimismo estudiantes, artistas e intelectuales que eran participes de la extensión universitaria tenían una estrecha relación y participaban en actividades junto a personas activistas de la izquierda. Con el transcurso del tiempo se lograron estrechar los lazos entre la extensión y el movimiento político popular, produciendo entonces que las actividades generadas por la extensión tuvieran un tinte político, diluyéndose entonces los límites entre arte, política y universidad.

En 1973 con el estallido del golpe militar, las universidades (especialmente las mencionadas) sufrieron la intervención militar. Con esto todo lo construido hasta el momento se destruye, y bajo el mando de nuevos rectores que son designados, se reconstruye la nueva constitución universitaria. Aquí las universidades son designadas y orientadas estrictamente a lo académico. Los niveles de intervención militar fueron en consecuencia con su grado de intervención popular dirigido a las artes y al movimiento de izquierda.

El principal efecto que generó la intervención fue deponer la disposición de espacios de acción cultural, evidentemente las artes ya no podían seguir su acción dentro de las universidades y debieron buscar otros lugares para llevar a cabo sus funciones. Pese a esto, a finales del año 70, el gobierno ya había comenzado a asumir parte de las funciones artísticas.

A partir de la década de los 80' las universidades ya no constituyen un rol administrativo importante en el país. Algunas sedes dentro de las universidades se fueron perdiendo poco a poco, quedando estas, despojadas de la dimensión nacional que antes poseían y la función cultural que antes desarrollaban.

Sin embargo, el rol administrativo cultural debía y debe ser cumplido por alguna institución, es así como en 1988 se generan algunos cambios en la Ley Orgánica, debido a los efectos ocurridos

en la época. Junto a las modificaciones que sufre la Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades, se le suman nuevas atribuciones a estos organismos, entre las cuales destaca: “La de construir corporaciones o fundaciones de derecho privado, sin fines de lucro, destinadas a la promoción y difusión del arte, la cultura y el deporte” (11).

Por tanto, una vez despojado complemente el rol cultural de las universidades, es el gobierno (principalmente municipal) el encargado de disponer espacios destinados a la cultura, es así, como comienzan a nacer en Chile las casas de la cultura, las que con el tiempo se fueron perfeccionando y hoy se han convertido (algunos) en grandes e importantes centros culturales con gran peso en cuanto a su gestión, inserción social, capacidad de acción social y poder administrativo social.

## 2.2 Centro Integral

Durante el último tiempo la palabra “integral” ha sido utilizada reiterativamente en el ambiente de la gestión y producción cultural. Sin embargo, el concepto de *Centro Integral*, pese a la existencia de algunos centros que utilizan la palabra como nombre de la organización, no ha sido reconocido como tal. Etimológicamente, se puede entregar una primera definición de la palabra *integral*, la que hace referencia a la necesidad de incorporar y/o comprender los variados elementos y aspectos requeridos para la creación de un todo completo.

Al ser un concepto nuevo, en el ambiente cultural, son casi inexistentes los documentos y/o artículos que se refieran a la integralidad cultural. No obstante, se puede aproximar que dicho concepto nace desde hace ya mucho tiempo, a partir de las definiciones, nociones y creencias de cómo debía estar compuesta y correlacionada la cultura como un todo.

A mediados del siglo XX el italiano, periodista y político del partido comunista Antonio Gramsci, luego de nutrir su carrera con variados estudios y participaciones en movimientos y cambios políticos, propone a través de un nuevo libro el concepto de una *Cultura Integral*. Si bien, las líneas dedicadas a este término son bastante precisas, este intelectual marxista plantea la creación de una nueva cultura; una cultura integral, la que debe unir la teoría y la práctica y a modificar la quieta cultura popular de la época, en donde se desaparezca la separación entre alta cultura o cultura moderna y cultura popular o folclor.

Si bien los pensamientos de Antonio Gramsci eran referidos y, muchas veces, en forma de crítica al sistema político de la época, él se enfocaba y proponía la integralidad de la cultura como un todo, en el cual participaban muchos actores y elementos que debían correlacionarse sin distinción y retroalimentarse, para dar paso a la creación a un componente homogéneo perfecto.

Aparte de Gramsci, existen muy pocos autores, pero de la actualidad, que también relacionan el concepto integral con las definiciones de cultura. Los antropólogos Carrutti y Garreta de nacionalidad argentina definen cultura de la siguiente manera: “La cultura se trata de una forma integral de vida creada históricamente y socialmente por una comunidad, de acuerdo con la forma particular en que se resuelvan o entablen las relaciones con la naturaleza, las de los integrantes en su seno, las relaciones con otras comunidades y con el ámbito de lo sobrenatural, a fin de dar continuidad y sentido a la totalidad de su existencia, mediante una tradición que sustenta su identidad” (12).

Sobre esta misma definición los autores explican a través de un desglose que al identificar la cultura como una forma integral, se hace referencia a que la cultura debe incluir tanto los aspectos materiales como inmateriales de la vida del hombre, es decir, integrar todos los elementos, líneas y formas para dar pie a un gran componente cultural.

A pesar de analizar a dos autores de épocas muy distintas, se puede entender que el concepto integral o de integralidad está netamente referido a la cultura, en ambos casos se concluye que la integralidad corresponde a eliminar las especificaciones y crear un elemento o un actuar humano homogéneo, que abarque todos los lineamientos y componentes para crear un todo perfecto.

### 2.3 Música

Con el transcurso del tiempo, cada vez se ha hecho más complejo determinar una definición de la palabra: música. Se ha tornado muy difícil, hoy en día, establecer qué es y qué no es música, considerando que existen destacados artistas que, si bien, han creado grandes obras, estas rompen con los parámetros establecidos por los antiguos eruditos del arte musical.

La palabra música nace del griego; “mousike”, significante de “el arte de las musas”. Este vocablo nace en la antigua Grecia, en donde se reunían sin distinción la poesía, la música y la danza como un arte unitario.

Para la Real Academia Española, música es; “Arte de combinar los sonidos de la voz humana o de los instrumentos, o de unos y otros a la vez, de suerte que produzcan deleite, conmoviendo la sensibilidad, ya sea alegre, ya tristemente, guiados por la combinación de ritmo, melodía y armonía”.

La música es un medio por el cual cientos de culturas se han comunicado. Es de ahí donde proviene la frase: “música como lenguaje universal”. Esta universalidad hace referencia, también, a que todo ser humano está naturalmente capacitado de percibir el ritmo, la melodía y la armonía como una creación bella, además de ser, este arte, capaz de individualizarse para cada sociedad, zona, grupo o persona.

La música no es privativa de ciertas culturas, es más, su diversidad es indeterminable, ya que dependiendo de la cultura cambiarán; los instrumentos, las formas de tratar el ritmo y la melodía y la manera en que se emita o focalice la voz, a la hora de crear una composición musical.

Esta característica no-privativa permite a las sociedades establecer una cultura musical que, si bien, hoy en día no logra identificar a todos los convivientes de un sector determinado, en la antigüedad era determinante para cada pueblo.

### 2.3.1 Música y Cultura

La música, como lenguaje universal, puede llegar a todas las personas, es más, cada persona busca su estilo de música que sea de su completo agrado. Los diferentes estilos de música que hoy pueden existir logran abarcan a distintos grupos de personas, y es por esta representatividad que dentro de una misma cultura se generen diversidades musicales.

Según la historia, se logrado establecer que; en cada época siempre existirá una música culta y una música popular, en donde la primera se basa en estructuras, leyes y normas musicales establecidos por grandes de la historia y eruditos, mientras que la segunda es del sentimiento puro, nace como una expresión espontánea del alma del creador.

Cada grupo social transmite y expresa sus mensajes y sus emociones valiéndose de la música: hay música del ámbito familiar, del ámbito del trabajo, de las manifestaciones religiosas, de los juegos y de las solemnidades. Se dice que por medio de la música, muchas personas expresan cosas que en el diario vivir no se atreve a contar.

La música, entonces, no es más que un medio de expresión necesaria para el ser humano, es decir, por medio de esta cualquier persona puede expresar sus creencias, su enojo, su estado de ánimo, entre otros.

## 2.4 Música en Chile

La música chilena está estrechamente ligada con la historia del país. Esto se puede plasmar en los diversos estilos que hoy permanecen vivos a lo largo de Chile, tales como; el folklore, la música aborigen, la música clásica europea y la música popular como; el jazz, el rock, las baladas y la cumbia.

Un extenso proceso de mestizaje cultural entre españoles, indígenas del a zona actual chilena e indígenas incas dan paso al actual baile nacional; “la cueca”, cuya composición musical conforma la mayor parte del folklore nacional. Sin embargo, al igual que en la mayoría de los países, el estilo o tipo de música que más prevalece, está íntimamente relacionada con la zona geográfica en donde se habita, es decir, esta varía según su latitud.

#### 2.4.1 El nacimiento de la música en Chile

La música en Chile comienza con las primeras expresiones musicales concebidas por los pueblos aborígenes habitantes en la zona delimitada hoy como; Chile. De estas primeras expresiones musicales hoy se conservan solo fragmentos y nociones. Pese a esto, se data que por los años 1907 y 1908 el inglés Charles Wellington Furlong logró grabar algunas canciones pertenecientes al pueblo “ona” y a los “yaganes”. Estas eran solo simples combinaciones de ritmos y vocablos imitando los sonidos emitidos por los animales y el canto de las aves.

En la historia de Chile se reconoce hoy la existencia de 18 pueblos originarios a lo largo del país. Se data que 7 de estas etnias se encuentran, en la actualidad, extintas; estas correspondían a los pueblos de los cancahué, los changos, los picunches, los cuncos, los chonos, los aonikenk (tehuelches o patagones) y los selk'man; más conocidos como los onas. Por otra parte, el Estado de Chile reconoce la existencia oficial de nueve pueblos originarios. El último censo realizado por la nación el año 2002 arrojó que de un total de 15.116.435 personas, un 4,6% corresponde a personas pertenecientes a alguna etnia reconocida, dentro de las cuales están; el pueblo aimara, el pueblo quechua, el pueblo atacameño, el pueblo colla, el pueblo diaguita, el pueblo rapa-nui, el pueblo mapuche, el pueblo yámana y el pueblo kawesqar.

Es indudable que cada pueblo logró alcanzar un vasto desarrollo cultural. A lo largo de Chile, estas etnias debían adaptar su forma de vida, adaptarse a la flora y fauna que les permitiera su supervivencia, adaptarse a los climas calurosos del norte y helados del sur, entre otras circunstancias. Cada etnia logro concebir su lengua, sus creencias, su religión, costumbres y formas de organización militar y familiar. En otras palabras, cada pueblo se transformó en una cultura compleja con distintos sistemas de vida y organización.

Pese a este gran desarrollo de las culturas indígenas es muy poco lo que se sabe o da cuenta del desarrollo cultural musical que estas alcanzaron. Si bien, se establece que cada cultura logró desarrollar tópicos y nociones musicales, hoy no existen artículos que daten de tales expresiones. Al indagar en cada cultura que está o estuvo presente en el territorio actual chileno se afirma que todas, a través de sus creencias y correspondientes rituales, llegaron a experimentar con expresiones musicales. La religión, las creencias y los, entonces, rituales de cada etnia se apoyaban y, muchas veces, requerían de cantos (se cree que ciertas vocalizaciones simples) y

sonidos, los que eran realizados por los simples, pero a la vez complejos, instrumentos creados por los pobladores.

Se establece, que los pueblos que alcanzaron un máximo desarrollo de la música indígena corresponden al pueblo mapuche y al pueblo Rapa Nui. Sin embargo, no es mucho, aún, lo que se relata sobre esta expresión cultural de tales etnias.

En la actualidad la única música aborígen que subsiste, dentro del territorio chileno, es la música mapuche, considerando que esta es la etnia mayoritaria conformada en nuestro país. Esta se puede describir como una música monótona y con un perfil “triste”, su composición se logra con el uso de instrumentos de percusión como el “kultrún” y las “cascahuillas”, (cascabeles de uso exclusivo para rituales religiosos) existen también dos instrumentos característicos que son la “trutruca”; una caña de coligüe hueca con un cuerno en su extremo y el “trompe”; pequeño instrumento que se ubica en la boca, la cual utiliza la garganta como caja de resonancia. La música para los mapuches era generalmente de carácter religioso, aunque también se daban otras expresiones musicales para situaciones amorosas y para cantar a la tierra.

La música en los mapuches nace netamente para acompañar los rituales religiosos de los cuales eran fieles creyentes y seguidores. El pueblo mapuche comienza a integrar a la danza el canto, el que se caracterizaba por ser muy simple con tonalidades parejas, las que se trataban de asemejar al canto de las aves y a los sonidos emitidos de la naturaleza (animales, viento, mar). Los cantos generados del Guillatún son los más característicos de este pueblo. El Guillatún es un ritual de conexión con el mundo espiritual para pedir por el bienestar, fortalecer la unión de la comunidad o agradecer los beneficios recibidos. También, el Guillatún, se realiza para pedir por el tiempo, la siembra, las cosechas, para que no haya enfermedades, para la abundancia de alimentos, por la fortaleza y vitalidad espiritual.

Con el pasar del tiempo, los mapuches distanciaron la música de lo netamente religioso y la llevaron a rituales familiares, de organización, de guerra, entre otros. Es así como en un momento ya había composiciones amorosas, de borracheras, canciones acerca de los sucesos de la tierra natal y de personas importantes.

La canción mapuche podía y puede estar cantada a modo de monólogo o estar acompañada de algún instrumento ceremonial, haciendo de la música en sí un cuerpo fusionado.

La cultura musical de los mapuches se fue perfeccionando, y las composiciones se realizaban para ciertas situaciones, es así como resalta, para esta cultura, la capacidad de improvisación de acordes y cantos durante la celebración de algún rito u ocasión; dotes que se encargaban de pasar de generación en generación. De aquí también nacen las especificaciones de canciones destinadas para el trabajo, para rituales, para dormir a los niños, para enterrar a los muertos y para jugar “palín”, juego típico de los mapuches.

En la actualidad estas costumbres mapuches se siguen dando, es más, algunas comunidades de mapuches han empezado a incursionar con el negocio del turismo, donde estos desarrollan programas de etnoturismo, nueva tendencia turística, claramente relacionada al conocimiento e integración de las etnias, que orienta hacia un turismo más responsable.

En relación al avance cultural de la expresión musical, actualmente se han incorporado otros instrumentos como es el acordeón y la trompeta en la zona de la región de La Araucanía, mientras que en la región de Los Lagos se ha incorporado al canto mapuche la guitarra y el bombo. Es importante, además, destacar que la cultura mapuche ha entregado a cantantes destacadas como son: Beatriz Pichimalén, Aimé Paine y Nancy San Martín.

Si bien, la música mapuche y la música generada por todas las etnias del territorio forman parte importante, como cimientos para nuestra composición actual, esta cultura no fue la exclusiva en dar forma a nuestra cultura musical.

La música en Chile, al igual que el pueblo y su historia, es producto de un gran proceso de mestizaje. En este proceso se vieron involucrados distintos pueblos pertenecientes a distintas regiones del mundo, como es el caso de los esclavos africanos traídos a Centroamérica, los españoles colonizadores, gitanos, los indígenas de la cultura inca, maya e indígenas de la costa del caribe.

Con la llegada de los españoles al territorio sudamericano, se da nacimiento a un componente homogéneo en donde participaron culturas de diversas regiones. Se comienzan a imponer nuevos estilos de vida, nuevas composiciones y organizaciones sociales, se impone además una nueva religión, creencias y costumbres. A partir de esto, se comienza a crear en Sudamérica una nueva cultura producto de esta híbrides. Proceso por el cual nace como consecuencia del tiempo y de diversas culturas, el actual componente folclórico nacional. Incluso, nace la cueca; actual danza y música nacional.

El cantautor y ex matarife, Fernando González Marabolí, considerado un pilar y maestro fundamental de la Chilena o cueca tradicional relata: “Sólo una vez los chilenos hemos exportado alguna moda musical, un estilo, un ritmo, ese mérito lo tuvo la cueca chilena durante el siglo XIX”

Durante el Virreinato de Perú, a cargo y administración de los españoles, nace ahí la zamacueca; derivado de la fusión o mestizaje de la música y baile traídos por gitanos, los esclavos negros de Angola y mulatos que entre los siglos XVI y XVII conformaban una parte importante de la ciudad de Lima y sobre todo la costa del norte del Perú.

Durante 1824 y 1825 el baile, con elementos del Fandango llega a Chile, en la zona central; específicamente Santiago de Chile, y primera región del país (entonces territorio peruano) se

instala y desarrolla con tonos menores y aún bimodal. La cueca tiene una buena recepción por los aristocráticos, pero logra descender rápidamente al pueblo, invadiendo a casi toda la República. El fervor de un par de generaciones le otorga la categoría de *Danza Nacional*. La cueca significaba, para el entonces, un espacio de encuentro y celebración, aunque, con el tiempo, muy ligada al bajo pueblo, a la *rotería* y libertinaje del pobre.

En referencia a esta atribución que alcanza la cueca, el cantautor ya citado, Fernando González Marabolí relata en una de sus obras lo siguiente: “La Cueca de arte grande –la de las fondas de la Independencia, esa que fue sagrada para los Carrera y que a la muerte de Diego Portales se tuvo que ocultar durante 150 años- fue tratada sin piedad y pasó días amargos. Sólo las cárceles, tabernas y prostíbulos fueron refugio seguro para esta joya del arte, la cual ha sobrevivido fuera de la ley, perseguida...clandestina...Prefirió sumergirse en el vino, en las fiestas y tomateras del pueblo, especialmente en caletas o guaridas de la Vega, la Estación y el Matadero, donde se juntan los que no valen nada para el coloniaje...”

En el país, esta se fue perfeccionando, tanto en la complejidad de la composición musical, como en su estilo y pasos de baile. De aquí y con el tiempo el nombre de *Zamacueca*, considerado muy largo, es despojado y se comienza a denominar limitadamente como *Cueca*.

Luego, hacia el final de la guerra contra la Confederación Perú-Boliviana (1839), junto con las tropas chilenas del Ejército Unido Restaurador, el baile volvería a Perú con el nombre de "chilena", confundiéndose en parte con la ya existente zamacueca. Al inicio de la Guerra del Pacífico, en marzo de 1879, la "chilena" fue rebautizada por el músico y escritor peruano Abelardo Gamarra con el nombre de “marinera” en honor a las glorias navales de ese país.

La cueca logró llegar a diversos países alrededor de Sudamérica, desde Colombia, Perú, Bolivia, pasando por Argentina y Chile, teniendo variaciones en el ritmo, en el caso de la canción, los instrumentos utilizados y en los pasos de baile, en el caso de la danza, estas distinciones se daban según la región y la época.

Con el pasar del tiempo la cueca se convierte en un baile típico tradicional de distintas regiones, existiendo hoy; la cueca Argentina, la cueca Boliviana, la cueca Chilena y la cueca Mexicana.

El 6 de noviembre del año 1979 en Chile, la cueca es oficialmente declarada como la música y danza nacional.

#### 2.4.2 Música contemporánea en Chile

En Chile se desarrolla un fenómeno musical que tiene lugar a partir de la década del 30 hasta el día de hoy. Durante todo este periodo la música, producida en territorio nacional y/o con artistas nacionales, ha incursionado, y tal vez, dado paso a nuevos y distintos géneros musicales.

Partiendo de mediados de 1930 nuevos estilos provenientes de Latinoamérica, Estados Unidos y Francia (boleros) llegaron al país, en donde cuya mimetización con otros estilos y/o sonidos propios de la existente cultura musical nacional, dieron paso a ciertos estilos que, en su mayoría, perduran hasta el día de hoy.

Los géneros y subgéneros que logró comprender el país van desde el folclor y sus distintos derivados, hasta el rock “de exportación” producido a la fecha. Sin embargo, entretanto de este vasto periodo de apogeo musical, acontecieron distintos movimientos de distintas magnitudes, que han logrado marcar para siempre la historia, y con ello, la tendencia musical chilena; tal como es el caso del movimiento ocurrido en los años 60 denominado: “La Nueva Canción Chilena”. Pese a lo anterior, mientras en Chile se desarrollaba este movimiento, paralelamente nacían otros nuevos estilos, ya sean relacionados con el folclor nacional e internacional, o bien, a la vanguardia de la música popular proveniente de Estados Unidos y Europa.

Proveniente desde Latinoamérica, se puede nombrar el nacimiento de la cumbia en nuestro país. Entre los años 1940 y 1950 la música latinoamericana comienza a resonar fuertemente en Chile. Así, la música tropical formó rápidamente parte de las tradiciones chilenas. Esta música se había estado desarrollando desde hace mucho tiempo en la costa central de Latinoamérica y ciertas nociones resonaban poco a poco en Argentina, Chile, México, Perú, Ecuador, entre otras partes.

Principalmente de Cuba, Colombia y todo el Caribe los boleros, los chachachás, las salsas y especialmente la cumbia se desarrollaban fuertemente generando un impacto en la cultura chilena, el cual dejaría huellas hasta el día de hoy.

Entre todo el abanico de la música tropical llegada a Sudamérica, existen un género en particular que logró un gran impacto en la sociedad chilena y el resto de América del Sur; la cumbia.

El nacimiento, como tal, de la cumbia en Chile, se dice que se da cuando el cantante venezolano Luís Felipe Landáez Requena, más conocido como Luisin Landáez logró un fuerte éxito con las canciones “Macombo” y “La Piragua”, a partir de estos éxitos se une a las giras realizadas por famosos cantantes venezolanos y chilenos. Decide radicarse en Chile, llegando a convertirse en un ícono de la cumbia, llegando a componer en nuestro país más de 45 álbumes de cumbia.

Luego de este fuerte apogeo de la música tropical, posterior a la década de los años 50' la cumbia, originariamente de Colombia, fue evolucionando y encontró diversas expresiones y manifestaciones en Chile, gracias a su adaptación en las distintas zonas del país, se dio paso a ciertos subgéneros como; la cumbia tradicional Chilena, la cumbia Andina, la cumbia Sound, la cumbia Rock y la cumbia Romántica.

Hoy la “cumbia tradicional chilena” es un grupo y sonido propiamente chileno, al igual que en la década de los años 40' y 50' esta música forma parte, casi obligada, de diversas festividades

nacionales y privadas como puede ser año nuevo, matrimonios, cumpleaños y hasta fiestas patrias, entre otros. La cumbia tradicional chilena actualmente está compuesta por destacados grupos como la Orquesta Huambaly, La sonora Palacios, Giolito y su Combo, Pachuco y la Cubanacan, los Viking 5 y la Sonora de Tommy Rey.

A mediados de la década del 80 nace en el norte de Chile un subgénero llamado la cumbia andina la cual fusionaba elementos del Huayno como también de la cumbia peruana. Y así comenzaron a desarrollarse nuevos estilos cuya base consistía en la cumbia. Por los años 90 la influencia desde Argentina (cumbia villera y tecnocumbia) permitió dar paso a la cumbia sound. Como la más reciente influencia se destaca por hoy la mezcla de la cumbia con Rock chileno y distintos elementos de géneros populares de Latinoamérica. Esta oleada se caracteriza por un rescate de la cumbia antigua en manos de jóvenes músicos, quienes han alcanzado con un gran éxito, posicionarse entre las bandas más escuchadas en las radios. Para este nuevo género destacan las bandas como: “Chico Trujillo”, “Juana Fe”, “Villa Cariño”, entre otros. Y por último a la par con el nacimiento de la *cumbia rock* nacen representantes de la *Cumbia Romántica*, en donde se destaca el cantante “Américo” y el grupo “La Noche”.

Si bien, la llegada de la cumbia a Chile y Sudamérica formó y es parte importante de la historia, a la par de estos desarrollos musicales se fueron generando nuevos estilos que también son y fueron muy importantes.

Muy cercano al nacimiento de la cumbia, en 1950 el romanticismo se vuelve un estilo musical muy popular entre los jóvenes y adultos de la época, esto es bajo el amparo de dos géneros conocidos como; Boleros y Baladas. La popularidad alcanzada por este estilo se debe en gran parte a la vasta difusión que la televisión y la radio les otorgó.

El bolero nace por mediados de los años 50 en Francia, Italia y Australia, el cual sirve de inspiración para la creación de la balada. Con el tiempo, se desarrolla el género de la balada, con las bases del bolero francés e italiano, convirtiéndose esta en un género propio de Latinoamérica.

Luís Alberto Gatica, más bien conocido como “Lucho Gatica” fue y es el cantautor más trascendental en representación de este estilo, su fama alcanzó tal punto que hoy se considera como el exponente más representativo a nivel internacional de boleros. Su popularidad lo llevó a contar con giras por toda América Latina, España, Estados Unidos y Asia. La fama alcanzada por Lucho Gatica no es un mero fanatismo, sino que con más de 50 años de carrera (como cantante) y sus más de 90 discos, queda demostrado el talento innato del artista.

Tras el gran impacto, emblema y cánones que deja Lucho Gatica, nace la balada romántica, balada romántica latinoamericana o simplemente la balada. El etnomusicólogo Daniel Party define a la balada romántica como: “Una canción de amor de tempo lento, interpretada por un cantante solista generalmente acompañado de una orquesta...”

El género de bolero y balada tienden a confundirse, ya que sus diferencias son muy sutiles. La distinción entre un género y otro es que el bolero se refiere a las situaciones o declaraciones con un lenguaje más cuidado, sofisticado y metafórico, mientras que la balada utiliza un lenguaje más directo, con palabras del uso diario y común. Daniel party se refiere a este tema, declarando reconocer un carácter netamente “latino” en el género, el cual derivaba de una “sensibilidad común latinoamericana”.

Durante 1960 y 1970 comienzan a aparecer nuevos representantes del romanticismo musical, pero esta vez representantes del movimiento latinoamericano denominado la balada; Ricardo Roberto Toro Lavín, conocido como “Buddy Richard” destaca como un gran compositor, quien también, alcanza la fama internacional. Varias de las canciones de su autoría como “Mentira”, “El viejo roble del jardín”, “Tu cariño se me va”, “Si me vas a abandonar”, “Con mi bombo y mi chin chin”, entre muchas otras, han sido utilizadas por cantantes de renombre internacional, logrando este gran éxito fuera de las fronteras chilenas.

En los años 80 se destaca la cantante Miryam Hernández, quien en la época del 90 decide hacer carrera en México, lugar desde el cual consiguió fama a nivel Latinoamericano y norteamericano. Por 1990 se destaca Alberto Plaza hasta el día de hoy como un gran compositor y cantante. Y así, a partir de tal fecha comienzan a lanzarse al estrellato nuevos cantantes importantes como son: Luís Jara, Pablo Herrera, Álvaro Scaramelli, Gloria Simonetti, Andrea Tessa, Óscar Andrade, Fernando Ubierno, Zalo Reyes, Palmenia Pizarro y Cecilia Echeñique, entre muchos otros.

La fama alcanzada en el país por el género del bolero y de las baladas se debe compartir con la introducción de un nuevo género que se cree estar a la mano con el nacimiento de la balada romántica latinoamericana, este estilo musical es el “Rock and Roll”.

El *Rock and Roll* se produce en Chile bajo dos dimensiones; una es “la Nueva Ola Chilena” y el “Rock Chileno”, propiamente tal.

Entre 1960 y 1970 se desarrolla un fenómeno musical de alto impacto social, denominado; “La Nueva Ola”, este movimiento, derivado del rock y el twist latinoamericano, nace bajo la fuerte influencia del *rock* desarrollado, en la época, por Estados Unidos especialmente por el gran cantante “Elvis Preley”.

La *nueva ola* no solo se desarrolló en Chile, sino que también, fue un movimiento que tuvo lugar en Argentina.

En Chile, “Peter Rock”, cantante chileno de origen austriaco y holandés, es el encargado, en 1958 a la edad de sólo 14 años, de exponer por primera vez en Chile este nuevo estilo musical, presentándose en Radio Minería, Radio del Pacífico y Radio Agricultura.

En Argentina, por tanto, a partir del año 1959, la cadena televisora RCA Argentina lanza una serie llamada “La Nueva Ola”, la que tenía como protagonistas a jóvenes artistas con el fin de competir localmente en el mercado del *rock and roll*. Debido al éxito de esta serie, en 1962 RCA Argentina decide lanzar, nuevamente, un programa televisivo llamado “El Club del Clan”, el cual alcanzó un éxito aún mayor que el de “La Nueva Ola” y fue transmitido hasta el año 1964. Este nuevo programa fue transmitido originalmente por Canal 13 de Buenos Aires, pero su difusión se extendió a toda América Latina.

En Chile, la consagración a nivel nacional de este nuevo estilo musical se consigue con el grupo “The Ramblers”, quienes para el mundial de fútbol del año 1962, crean la famosa canción “El Rock del Mundial” la cual es, hasta el día de hoy, muy popular en la nación, siendo convocada para cada nuevo juego en que participe la selección chilena. A partir de esto, numerosos artistas continuaron con el desarrollo de este movimiento durante varias décadas. Algunos de los artistas más importantes fueron: Cecilia Pantoja, Antonio Prieto, Antonio Zabaleta, German Casas, Ginette Acevedo, Gloria Benavides, José Alfredo Fuentes, Jorge Pedreros, Luis Dimas, Maitén Montenegro, Marcelo, Mirella Gilbert, Osvaldo Díaz, Paolo Salvatore, Pat Henry, Peter Rock, Roberto Vicking Valdés, The Ramblers entre muchos otros.

Con la llegada de los años 80 el rock sufre ciertas alteraciones acompañadas con un toque de modernidad; con esto se inicia la llegada del Rock Chileno.

El rock chileno nace tras la llegada y combinación de diversos géneros y subgéneros que durante los primeros años de la década del 70’ comenzaron a emerger fuerte y rápidamente, sin embargo, para el golpe militar del año 1973 este desarrollo se acabó, tras la represión ejercida por el régimen militar. Este prohibió la emergencia, desarrollo y expresión de cualquier manifestación que tuviera relación con el estilo del Rock y sus derivados. Pese a lo anterior, muchas bandas de rock siguieron realizando su obra, pero en lugares clandestinos, escondidos de los militares. Esto dio paso a la escena *underground* del país.

Esta escena se desarrolló en lugares como “El Trolley”, “El Garage de Matucana” y “La caja Negra”, acogiendo a diversos subgéneros del rock, como fueron; el “hard rock”, el “heavy metal” y el “punk”. Las bandas que se caracterizan por desarrollar su arte en la escena *underground* fueron: “Tumulto”, “Los Prisioneros”, “Electrodomésticos” y “Fiscales Ad-Hok”.

Con la llegada del año 1980 se da un cierto resurgimiento del *rock* chileno, esto es en manos de la banda *Los prisioneros*, quienes se transformarían en los líderes de la escena musical chilena, luego del éxito de su primer álbum llamado “La voz de los ‘80” grabado en 1984. La música de los prisioneros tiene sus inicios cuando 4 jóvenes estudiantes del Liceo de San Miguel crean el grupo “Los Vinchukas” el cual deja grabado un demo que circula por el mundo *underground*. Las principales influencias de este grupo data por un afán al grupo Sex Pistols y a grupos de la

corriente Punk. A partir de esto, cuando el grupo se disminuye a sólo tres y el nombre pasa a ser Los Prisioneros, se transformaron en uno de los grupos más populares de la música chilena.

Una característica muy trascendental de la música de los prisioneros es que el alto contenido de crítica y mensajes políticos que había en sus letras, pese a estar en plena dictadura militar, lo que les costo en reiteradas ocasiones tener problemas con el gobierno militar. Sin embargo, lograron el éxito internacional luego de las giras al Perú, Ecuador y Colombia a fines de la década.

Durante esta escena *underground*, Chile aporta en el estilo punk, como primera instancia, gracias a Álvaro Peña, cantante chileno, nacido en Valparaíso, quien llega a Londres y forma junto a Joe Strummer (integrante de la posterior banda The Clash) la legendaria banda The 101'ers.

En los años 80 se comienza a desarrollar en Chile este estilo musical en los barrios altos de la capital. Pese a esto, no demoró mucho en expandirse por todos los sectores de Santiago. Uno de los primeros representantes de este género es la banda "Orgasmo".

A lo largo de los 80 surgen bandas *hardcore* influenciadas por grupos como "Dead Kennedy's", "Bad Religion", "No Fun At All". En la década del '90 destacan bandas como "Los peores de Chile", "Bbs Pranoicos", "Los Miserables" y "Machuca", siendo esta última uno de los primeros representantes del punk no capitalino conocidos a nivel nacional. En los años 2000 fueron apareciendo nuevas bandas juveniles que fusionaban el punk con el pop, subgénero del cual destaca la banda "Gufi" y "Tronic".

Luego de la incursión en la década de 1970 del *hardrock*, la segunda mitad de la década de 1980 fue marcada por el heavy metal y sus subgéneros, como el thrash y el metal, en una generación compuesta por bandas como "Pentagram", "Dorso", "Massakre", "Necrosis" y "Rust".

*Tumulto* fue la primera banda en hacer ciertos acercamientos a este nuevo estilo. Sin embargo, la primera banda de esta generación fue "Feedback" en 1981. Otros grupos de Heavy metal dentro de esta época fueron, los aún activos "Turbo", "Callejón oscuro", "Arrecife", "Ekkos", "Panchorrata", entre otros.

En la década de 1990 el rock chileno se caracterizó por su sofisticación y perfeccionamiento en la música, la apertura de varias bandas al mercado internacional y una mayor expansión hacia los subgéneros derivados del *rock*. Este gran desarrollo y avance del *rock chileno* se debió, en gran parte, al fin de la dictadura militar y el regreso de la democracia en 1990.

Una de las bandas de rock chileno de renombre nacional e internacional es "Los Tres", quienes se caracterizan por mezclar el *rock and roll*, el *jazz* y la *cueca*. La fama alcanzada por el grupo, se debe principalmente gran éxito internacional que alcanzó, en 1996, "Los tres Unplugged", el que sería posteriormente un récord de ventas en Latinoamérica.

“La Ley” es otra banda que destaca por este periodo. Este grupo se considera la banda chilena de mayor éxito y reconocimiento internacional. Durante toda su carrera han sido ganadores de un premio Grammy en la categoría de mejor álbum de rock latino, dos Grammy Latino por mejor interpretación rock de un dúo o grupo con vocalista y un MTV Award como mejor banda de rock, además de ser un récord de ventas durante un largo tiempo en gran parte de Latinoamérica.

Por la misma época, nace, exactamente en 1991, la banda “Lucybell” quienes aún se encuentran en la contingencia nacional. El estilo de esta banda se define como un rock alternativo, calmado y con fusión de brit-pop. El éxito de esta banda se logra consagrar con sus primeros álbumes “Peces” y “Viajar”.

Por el año 1999 se forma la banda “Saiko”, quienes se destacan por su calidad instrumental y vocal a cargo de Denisse Malebrán, la vocalista del grupo.

A casi finales del año 2000 destaca la banda “Los Bunkers”, caracterizada por composiciones de música rock de la década de 1960, donde se incorpora además sonidos de raíz folclórica chilena. Esta banda ha logrado gran éxito internacional desde su álbum vida de perros, siendo invitados al festival “Vive Latino” en 2006 y 2007. Asimismo destaca “De Saloon”, que logró popularidad en Chile gracias a los temas; “Esfumar” y “Brígida”.

Otra banda que sobresale por la época del 2000 fue “Sinergia”. Su música se caracteriza por integrar estilos como el *funk*, *rock*, *metal* y ritmos latinos, mezclados con letras humorísticas sobre situaciones conflictivas de la sociedad. Si bien, la banda se formó en el año 1994, fue en el año 2000 cuando consigue alcanzar sus primeros grados de popularidad e influencia para el resto de estilos. Su misma popularidad los lleva a participar en el Festival Internacional de la Canción de Viña del Mar, en el año 2008.

Si bien el rock chileno, tiene el peso necesario para contar con su propia historia, en Chile se fueron gestando nuevos y otros estilos, mientras se desarrollaban otros más vanguardistas. Es más, durante todo el proceso y el nacimiento de variados subgéneros que gesta el rock chileno, otros géneros musicales se consagraban simultáneamente. De hecho, uno de los géneros con mayor trayectoria en la historia de Chile es el “Jazz”.

Del jazz en Chile, datan manifestaciones a partir del año 1920, esto en torno a la figura del compositor, violinista e investigador Pablo Garrido, gestor de los primeros conjuntos y orquestas de jazz locales. Con la llegada de los años 40 se integran a este género una oleada de nuevos y jóvenes artistas musicales, quienes dan origen a un jazz de tipo improvisación el cual fue bautizado como “hot jazz”, este, muy diferente al originario precedente, al cual consideraban comercial. A modo de consecuencia de este nuevo subgénero se funda en 1943 el Club de Jazz de Santiago y la formación de la primera all-stars nacional, Los Ases Chilenos del Jazz en 1944 y 1945.

El jazz moderno irrumpió en los años 60' de la mano del legendario pianista Omar Nahuel, a la cabeza del Nahuel Jazz Quartet. La banda no sólo fue pionera en la puesta a punto de nuevas formas jazzísticas como el “bebop” o el “cool”, sino que reunió además a un batallón de músicos hechizados por la figura de Charlie Parker y sus descendientes.

Desde los 1980 el jazz cuenta en Chile con la posibilidad de formar músicos profesionales gracias a la creación de la Pro Jazz, La Escuela Moderna de Música y La Escuela de Música de la SCD, lo que permitió el desarrollo del lenguaje “jazzístico” durante las siguientes décadas. Así también con la creación del Festival Internacional Providencia Jazz en el año 2002 y otros festivales comunales, el jazz ha logrado mayor difusión para el público no experto.

Actualmente la escena nacional destaca por la multiplicidad de estilos, entre los que se destacan; en la vanguardia del llamado "jazz criollo", el grupo La Marraqueta, en la fusión latinoamericana una amplia variedad de grupos, y en el jazz tradicional como el bebop o el swing, a las big bands como Los Andes Big Band o la Conchalí Big Band entre muchas otras. Entre las figuras del jazz contemporáneo chileno destacan algunos como: la Familia Lecaros, Miguel Sacaan, Martín Joseph, Mariano Casanova, Roberto Lecaros, Ronnie Knoller, Mario Lecaros, Moncho Romero, Alejandro Espinosa, Pedro Greene, Pablo Lecaros, Jorge Campos, Ángel Parra, Felipe Riveros, Ricardo Arancibia, Carla Romero, Agustín Moya, Christian Gálvez, Federico Dannemann, Andrés Pérez, Mario Feito, Cristián Cuturrufo, Nicolás Vera, Lautaro Quevedo y Gonzalo Palma entre muchos otros.

Entre 1940 y 1960 se produce en Chile un movimiento cultural gestado por la aparición de nuevos grupos musicales que pretendían rescatar las raíces folklóricas de la música chilena. A partir de este nacen grupos destacados como fueron; Los Cuatro Huasos seguidos por otros como; Los de Ramón, Los Huasos Quincheros, El Dúo Rey Silva, Los Perlas y la importante cantautora Violeta Parra.

Este movimiento socio-cultural tuvo su apogeo en la década del 60, el cual fue referido y expresado en la música del país y se denominaría más tarde como; “La Nueva Canción Chilena”.

#### 2.4.3 Nueva Canción Chilena

Con la partida de los años 60 comienzan a gestarse, en Latinoamérica, distintos movimientos musicales, en donde; Brasil, Argentina, Uruguay, Cuba, Chile entre otros, adoptan dicha corriente de renovaciones, en la cual cada país contribuyó con una particularidad y con, el entonces nacimiento, de indistintos resultados.

Este fenómeno musical nace bajo el marco de diversos acontecimientos sociales, que marcarían la historia de América Latina, como fueron la muerte del Che, la guerra en Vietnam, la revolución cubana. La Nueva Canción Latinoamericana – como luego sería llamado el movimiento – expresaba mensajes directos, muchas veces a modo de crítica, ante el sistema que generaban tales acontecimientos. Por esto es, que popularmente el movimiento, también, fuese denominado; La Canción Protesta. Este movimiento se basaba en la recuperación de la música folclórica, sus culturales agregaron factores propios de la música continental, incorporando instrumentos y ritmos de toda el área hispanoamericana. Sin embargo, sus principales antecedentes los constituyeron importantes folcloristas, compositores e investigadores nacionales, entre los que destacaron: Violeta Parra, Margot Loyola, Gabriela Pizarro y Héctor Pavez. Se puede mencionar además la influencia de poetas como Pablo Neruda y Nicanor Parra. El movimiento de *La nueva canción latinoamericana* fue el propulsor del nacimiento de todos los descendientes movimientos ocurridos reconocidos como *La nueva Canción*, donde se puede tomar como ejemplo, el nacimiento de la *Nueva Trova Cubana*.

El impacto del movimiento fue tal, que produjo una suerte de reuniones, en donde se discutirían los temas relacionados con la Nueva Canción. José Manuel García; quien escribe la historia del movimiento, afirma; “Sería en el Encuentro de la Canción Protesta que tuvo lugar en la Habana entre el 29 de julio y el 10 de agosto de 1967, el primero de una serie de "Encuentros", donde se sentarían las bases, se perfilarían las ideas y se aunarían voluntades con importantes aportes por parte de sus participantes”.

Durante este encuentro algunos participantes, de diferentes nacionalidades, entregaron su percepción y manera de ver este nuevo movimiento. Según Juan Blanco, representante de Cuba; “Nosotros creemos que la canción protesta puede ser eficaz y de alta calidad trabajándose sobre los esquemas de la tradición, pero creemos también que sobre formas libres, igualmente puede hacerse un buen trabajo, un trabajo eficaz. Lograr la mayor eficacia artística y política es quizá lo que debe pretender la canción protesta”. Por otra parte el chileno, Ángel Parra, definía la canción protesta o de contenido social como: "Cualquier manifestación musical que se revela de los cánones arcaicos, en lo instrumental, armónico y literario."

Cada país contaba con un estilo propio en relación al nuevo género que se desarrollaba, sin embargo, la retroalimentación entre países fue casi inevitable. La nueva canción popular brasilera logró inspirar el nacimiento de la nueva trova cubana, la cual serviría, entonces, como inspiración para los nuevos cantantes Argentinos. Consecuentemente la música trasandina fue la principal corriente en influir en la Nueva Canción Chilena.

El cantor uruguayo Daniel Viglietti, en un artículo publicado en la revista “El Correo de la UNESCO”, comenta al respecto: "Se puede afirmar que la Nueva Canción existe en toda "nuestra América", que las voces salten por encima de las fronteras y que asistamos al nacimiento de una suerte distinta de polifonía y de una síntesis que poco se conoce, salvo en los casos individuales de mayor proyección internacional."

En relación al comienzo, visto ya como un movimiento, de la Nueva Canción Chilena, el texto *La Nueva Canción Chilena*; escrito por José Manuel García relata lo siguiente: "...En sus inicios, la Nueva Canción constituyó un todo con un gran movimiento de renovación folclórica, donde la tradición se nutrió de innovaciones musicales. Este movimiento de carácter eminentemente masivo, conocido como Neofolclór, paulatinamente fue decantando hasta distinguirse la Nueva Canción como una manifestación particular. Desde esta línea prevenían intérpretes como Patricio Manns y Rolando Alarcón. Habiendo tenido ya aquella música un desarrollo importante en distintas peñas, en julio de 1969 la Vicerrectoría de Comunicaciones de la Universidad Católica de Chile organizó el Primer Festival de la Nueva Canción Chilena. Fue el momento en que la tendencia fue bautizada como tal, y por ende, desde ese instante el nombre Nueva Canción Chilena empezó a formar parte de la identidad musical del país. Su dinamismo y fuerza creativa permitió, con el paso del tiempo, la incorporación de variables de la música docta a su propuesta. Se generó así el concepto de cantata, la de las cuales la más importante fue la Cantata Popular Santa María de Iquique, interpretada por el grupo Quilapayún. Grupo que fue uno de los más paradigmáticos del proceso, junto a Inti Illimani e Illapu."

Una vez arraigado el movimiento en Chile este logró alcanzar un auge de dimensión internacional. Las causales de este gran éxito son diversas; el componente poético logro crear un estilo único, pese a esto; la situación política del país junto con el exilio permitió que muchos artistas (refugiados) demostraran el estilo en otras partes del mundo. Esta característica se remonta en que este movimiento social es producto de una época de efervescencia política y reivindicativa. Surge como una herramienta de esclarecimiento y como crónica de las luchas sociales del país.

La nueva canción chilena ocupa el folclor como base fundamental para la creación de sus obras musicales, aunque esta corriente no fue una exigencia del movimiento y varios utilizaron distintos subgénero para expresarse, en un comienzo y en su mayoría, el folclor nacional fue el principal género de la Nueva Canción Chilena.

La principal encargada de renovar el folclor nacional, a través de sus composiciones, fue Violeta Parra: quien fue la mayor representante de la Nueva Canción Chilena, cuyo legado marca tendencia musical hasta el día de hoy. El canto de Violeta Parra significó un gran aporte al desarrollo de esta nueva canción. En ella daba a entender la capacidad de de usarla como una herramienta de denuncia, alejada de las trivialidades y de los versos fáciles. Esto se puede comprender de las propias palabras de Violeta Parra, quien aclara: "La obligación de cada artista es la de poner su poder creador al servicio de los hombres. Ya está añejo el cantar a los arroyitos y a las florcitas. Hoy la vida es más dura y el sufrimiento del pueblo no puede quedar desatendido por el artista." El arte de Violeta Parra se caracterizaba por poseer un gran componente poético mimetizado con mensajes sociales bajo la perspectiva – por primera vez en la historia – desde el pueblo. Se sabe que la artista antes de componer se ocupó fuertemente de investigar la situación social del país.

En los inicios de su carrera, la música de Violeta se caracteriza por recopilar elementos típicos del folclor nacional, por esta época (alrededor de 1954) se destaca; *Casamiento de Negros, La Jardinera, Me voy, me voy, Parabienes al revés*.

En 1962, tras un nuevo viaje a París, Violeta perfecciona su poesía y canto y logra llegar a componer sus más complejas canciones. El 5 de Febrero de 1967 Violeta Parra se suicida.

Violeta Parra además de ser considerada la mayor representante de este renacer musical, pasó a ser un pilar fundamental – también en la historia de Chile- y un ejemplo para los siguientes artistas. Víctor Jara; arista del movimiento expresa tras la muerte de la cantante: “La presencia de Violeta Parra es como una estrella que jamás se pagará. Violeta, que desgraciadamente no vive para ver este fruto de su trabajo, nos marcó el camino; nosotros no hacemos más que continuarlo y darle, claro, la vivencia del proceso actual.”

Entrando a los años 60 se comienza a destacar, aparte de Violeta Parra, el joven Patricio Manns, quien ya había conseguido gran popularidad en el marco del movimiento, gracias a su canción “Arriba en la Cordillera”. Por otra parte, durante el mismo periodo comienzan a desarrollarse ciertos artistas que optaron por la “comercialización” de su música a la gran plataforma musical impuesta por Estados Unidos. Es así, como algunos nacientes de este movimiento, para poder sobrevivir en la industria musical deciden “norteamericarse” y adaptan sus nombres a verdaderos nombres en inglés, como por ejemplo; Patricio Enríquez pasa a llamarse Pat Henry, los hermanos Carrasco son; Carr Tuwins y Guillermo Rebolledo para a llamarse como Williams Reb.

Con el pasar del tiempo, los distintos subgéneros del folclor que nacen durante este periodo, son bastantes. No obstante, destaca una tendencia que se había estado realizando en Argentina a cargo de grupos como “Los cantores del Alba” y “Los Huanca Hua”, el cual se denomina el Neofolklore. Las canciones de este subgénero pretenden acercar a la juventud urbana la música tradicional chilena. Se caracterizaba, además por incluir letras que se acercaban más a la música tradicional chilena. De aquí destacan grupos como los “Cuatro Cuartos”.

Mientras se desarrollaba este escenario nacional, Isabel y Ángel Parra, regresan a Chile y deciden aplicar en esta nueva música toda la experiencia adquirida en Europa. A partir de esto, los hermanos Parra abren “La Peña de los Parra”, una vieja casona que funcionaría, desde entonces, como sede de encuentro y producción musical, donde invitaron a otros cantores y fueron dando forma a lo que en poco tiempo llegaría a convertirse en el centro neurálgico de la Nueva Canción. Los cantores que se sumaron como primera instancia fueron solo 4; los hijos de Violeta, Rolando Alarcón y Patricio Manns, sin embargo en poco tiempo Ángel Parra, invita a Víctor Jara a ser parte de esto. Desde aquí, cada uno era un compositor, cada uno con su música, con sus arreglos y sus versos. Cada uno tenía, también, por obligación, estrenar una canción por semana. La inspiración a las canciones provenía de las largas conversaciones que estos tenían, en

relación al hombre en su trabajo, al amor, al egoísmo, la codicia, la desesperanza, la lucha, la aventura, entre muchas cosas. Patricio Manns es considerado, a partir de esta peña, “el poeta” de la nueva canción chilena, quien a diferencia de la sencillez de relatar de Rolando Alarcón, se destaca por tener una complejidad y sutileza en sus versos.

Durante se desarrollaban estos artistas solistas, comienzan a nacer grupos musicales que reflejaban el espíritu de la nueva canción chilena. El primero y más destacado de estos grupos es “Quilapayún” creado en el año 1965. Su música se caracteriza por tener un gran apego a la poesía, a la música internacional popular, no solamente latinoamericana, mezcladas con sonidos del altiplano. Este grupo alcanza gran éxito nacional y forma parte de la cartelera de muchas presentaciones musicales.

Por el año 1968, cuando el conjunto regresaba luego de una gira por Europa, se plantearon la grabación de un nuevo disco el que contendría en sus canciones un tono mayor político que las grabadas hasta la fecha. Los Quilapayún, debido al contenido de este nuevo disco, dudaron sobre si es que la disquera aceptaría este nuevo repertorio. Finalmente fue las Juventudes Comunistas quienes deciden editarlo. Es así, también como nace el gran y nuevo sello discográfico DICAP; Discoteca del Cantar Popular. Luego de esto, el grupo decide grabar el resto de álbumes en tal sello, hecho que consagra a DICAP, convirtiendo a esta organización en una gran empresa, llegando a ser la segunda en ventas en Chile. De entonces, sería la discográfica encargada de grabar casi toda la Nueva Canción Chilena.

Otro grupo muy significativo para el movimiento es Inti Illimani, creados en el año 1967 por estudiantes de la Universidad Técnica del Estado. De características similares en un principio a Quilapayún, Inti Illimani se especializó principalmente en los ritmos e instrumentos andinos. El grupo logra además diferenciarse gracias a conseguir una expresividad vocal por un colorido musical que desarrollarían plenamente a partir de los años '70 y que sería un elemento característico del grupo. Inti Illimani consigue bastantes logros en sus obras, se sabe también que se unió, en escenario y detrás de este, con grandes cantautores, como Ángel Parra, del movimiento, generando en conjunto grandes obras, cuyo éxito perdura hasta el día de hoy.

Un nuevo y gran acierto se desarrolla bajo el amparo de la Nueva Canción Chilena, gracias al afán de perfeccionamiento y las altas dotes de calidad, que le otorga el creador de Quilapayún, se da origen a la “Cantata”.

Si bien, este término ya era conocido por lo que ya se realizaba en Argentina, se debe considerar a la “Cantata de Santa María de Iquique” como la obra cumbre del género, la cual se convertiría como fundamento para la creación de un sin fin de cantatas.

La cantata de Santa María fue compuesta a fines del año 1969 por Luís Advis y estrenada e interpretada por el grupo Quilapayún. Su impacto fue tal, ya que el texto de la obra hacía

referencia a la masacre de obreros ocurrida a principios del siglo, así pronto se convirtió en un emblema social.

Pese, a que la cantata tuvo un éxito rotundo, su presencia comenzó a generar conflictos dentro del mundo musical, ya que, los nuevos detractores de la cantata, la reconocían como un desvirtuar la música popular, debido a ser una obra demasiado compleja. Esta discusión, sobre lo que era auténtico para la nueva canción chilena y lo que no, incrementaría con el tiempo, creando enfrentamientos dialécticos sobre los materiales y elementos que se debían y no incluir en la *nueva canción chilena*.

Con la llegada de 1970 junto a la victoria de la Unidad Popular se abren las puertas a la creación, desarrollo y difusión masiva de la nueva canción chilena. Este periodo significó un periodo de gran gestación y producción musical. De hecho, la DICAP, alcanza grandes números de producción y difusión de discos. Artistas como Víctor Jara, Isabel Parra y el grupo Inti illimani comienzan a trabajar para departamentos del Gobierno, fruto de este trabajo, la nueva canción chilena se logra institucionalizar.

Esta apertura de libertad y esperanza para la consolidación máxima de la nueva canción chilena, permite también la experimentación de composiciones con este estilo, a partir de la cual nacen nuevas canciones acompañadas de la colaboración de destacados músicos no solo de territorio chileno, sino que colaboradores de toda Latinoamérica. El escenario de apogeo que vivía la nueva canción chilena era tal que, tras estos procesos de experimentación, se lograron concebir canciones que incursionaban con nuevos estilos como fue el pop, y el uso de instrumentos eléctricos.

El estilo de la cantata, originado en Chile tras el éxito de la cantata de Santa María de Iquique, alcanza su máximo esplendor, considerando que fue muy desarrollada durante este periodo. Una obra reconocida por este periodo es el disco de estilo cantata creador por Víctor Jara; “La Población”. El disco fue el resultado de un arduo trabajo de investigación, por parte del cantante, quien fue directamente a las recopilar información del estilo y forma de vida de las “Poblaciones Callampa”, a quienes se les dedicaría este trabajo.

Durante este desarrollo cultural de la nueva canción chilena, se fueron generando bloqueos, limitaciones y obstáculos por parte de la oposición, quienes se unían muchas veces con grupos de la extrema derecha. De esto, se rescata el nacimiento de la “canción contingente”, estilo que se caracterizó por letras rápidas en respuesta a los bloqueos generados. La idea era entregar un mensaje inmediato ante la situación social y los ataques terroristas. Sin embargo, diversos cantores veían en peligro la poesía desarrollada en las letras de la nueva canción chilena. Por el estilo y la situación social en que se desarrollo este estilo, su difusión fue muy amplia y rápida.

La situación socio-política del momento se agrava con el tiempo. El 11 de Septiembre de 1973 ocurre el golpe de estado, los militares toman el poder del gobierno y así comienza la represión de distintas expresiones, tanto políticas como culturales, y en especial la de artistas de la nueva canción chilena, principalmente de quienes trabajaban para la *Unidad Popular*. Se puede ejemplificar, que al siguiente día del golpe de estado, Víctor Jara es detenido en la Universidad Técnica del Estado, donde fue encontrado junto a otros artistas y docentes del lugar, es derivado al entonces Estadio Chile, donde es torturado por días, para luego darle muerte con varios disparos.

Así comienza el exilio y retiro de la gran mayoría de los cantores de Chile, de la nueva canción chilena, la cual es prohibida en cuanto a su desarrollo, difusión y hasta goce/disfrute. La Peña de los Parra es clausurada, al igual que todas las peñas relacionadas con el movimiento. La DICAP, corre la misma suerte, es allanada y destruida por completo, los ejemplares son quemados y se le ordena a todas las disqueras de no producir o grabar canciones de la nueva canción chilena.

De aquí en adelante, el movimiento de la nueva canción chilena desaparece. Su vigencia se ve reflejada desde el extranjero, principalmente desde Europa, donde los artistas refugiados mantenían la creación de obras del movimiento. Sin embargo, el estilo de los representantes de la nueva canción chilena, comienza a distorsionarse, gracias a los cánones e influencias culturales que familiarizan en el extranjero.

Una vez que el gobierno militar comienza a abrir las puertas al regreso, algunos artistas deciden volver a Chile. No obstante una vez llegados los artistas más trascendentales del movimiento, el panorama musical no era el mismo, considerando que habían sido alrededor de 15 años de exilio. Es más, esta situación se ve reflejada en el gran grupo Quilapayún, quienes tras realizar una gira en 1989 se plantean, a cargo de Eduardo Carrasco, la disolución del grupo. No es el caso de Inti Illimani, quienes lograron adaptarse a la nueva situación socio-política del país.

## 2.5 Músicos Independientes de Valparaíso, MIV

La sigla MIV (Músicos Independientes de Valparaíso) corresponde a; *Organización Comunitaria Funcional de carácter Territorial*, creada el 8 de Febrero del año 2010.

Esta organización nace, gracias a la agrupación de un colectivo de bandas musicales. Por aquel entonces; amigos comienzan a indagar en el ámbito de la gestión cultural, impulsados por experimentar con las diversas carencias que posee el país en cuanto al fomento de la Industria Musical, como medio de expresión artística y de desarrollo cultural. Así, tal colectivo se “inicia” realizando, como primera instancia, proyectos, actividades y eventos artísticos relacionados a la escena musical.

Durante un tiempo, y tras conseguir experiencia en la gestión y producción, los entonces integrantes de este colectivo, deciden como propuesta consolidar de manera legal tal organización. Esto bajo la mirada de, así, poder otorgar un peso/poder para la consiguiente y continúa la gestión, elaboración y concreción de proyectos, en desarrollo de las bandas que componían tal colectivo y en colaboración con otras bandas. Sin embargo, tal propuesta de consolidación se estanca por diversas circunstancias.

El año 2005, por circunstancias fortuitas, “Cazuela de Cóndor” una de las bandas pertenecientes a este colectivo, viaja a Argentina; donde logran conocer la labor realizada por la organización “UMI”, sobre el cual se considera un modelo, en adelante, a seguir e implantar en Chile.

Para el año 2008 se realiza una gira del colectivo por la región, acá se logró la presentación de seis bandas musicales. No obstante por el año 2009, la organización comienza a disgregarse en poca medida, pero afectando el compromiso con el proyecto en sí.

Paralelamente, durante el año 2009, el Programa Escuelas de Rock, del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, elabora el primer curso de capacitación, denominado “Escuelas de Manager” cuyo cierre se baso en un seminario llamado “La Quinta pata del Rock”, en donde se hicieron varias mesas de trabajos los que trataban la relación entre bares-músico, el derecho de autor y la Asociatividad. Esta última área tuvo un encuentro con Hernán Acebedo (conocido como Nano Acebedo) de la “SITMUCH”, quienes se plantean de manera más fuerte y real la posibilidad de crear una organización institucionalizada, con carácter legal.

Ese mismo año a raíz de una invitación que hace el CNCA a participar como colectivo en el proyecto Parque cultural Valparaíso (Ex Cárcel) se arma una mesa de trabajo de músicos para revisar los elementos y requerimientos técnicos para la elaboración del proyecto. Ricardo Lira, perteneciente a la banda “Cazuela de Cóndor”, quién asiste a dicha reunión, en calidad de músico y arquitecto de profesión, nota algunas irregularidades, en cuanto a la distribución arquitectónica e infraestructural necesaria para el buen desarrollo y desempeño de la industria musical. Es, en adelante, él quien se encarga de comunicar al gobierno las falencias y reales necesidades y requerimientos a integrar en el proyecto para el desarrollo óptimo de la producción y desarrollo musical. Desde entonces, Ricardo Lira queda como vocero, entre el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y el Ministerio de Obras Públicas, entidad a cargo del proyecto.

Luego y tras un periodo lleno de actividades permanentes, el colectivo de artistas decide oficialmente, el 8 de febrero del año 2010 crear institucional y legalmente la organización, bajo el nombre de MIV; Músicos independientes de Valparaíso.

Por hoy la organización actúa sin realizar cobros a quienes la integran. Evidentemente, al momento de concretar proyectos/eventos musicales se solicita la colaboración por parte del

artista, colaboración que no responde a tangible monetario, sino a la participación (actuación) de estos en tales proyectos.

## 2.6 Luthería

La luthería o lutería se define como el arte y la ciencia de reparar, investigar y crear instrumentos musicales. El nombre de esta ciencia proviene del término “Laúd”, un instrumento típico en la época medieval. Para esa fecha la persona que construía instrumentos se llamaba *Hacedor de Instrumentos*, profesión que incluía indistintamente ser además instructor de danza.

Hoy alcanza el grado de ciencia, ya que existe una gama de disciplinas y aspectos relacionados con la música que comprende el alud de la Luthería, lo que le permite desarrollar sus áreas con mayores niveles de eficiencia. (Leyes de Pitágoras).

Las áreas de la luthería van desde la investigación, experimentación, innovación y comprobación, es así como se abarca; la historia de la música y de los instrumentos, los antiguos y nuevos métodos de construcción, propuesta de mejoras, desarrollo de nuevos instrumentos, innovaciones en nuevos mecanismos, materiales y accesorios que optimicen su rendimiento y el resultado sonoro, entre otras.

Dentro de los aspectos la luthería se subdivide en el marco práctico y el marco teórico, en donde el primero se apoya en la publicación de nuevos materiales y técnicas para la elaboración de nuevos instrumentos, mientras que el marco teórico se refiere al estudio de la historia de la música sobre la cual se puede obtener el conocimiento y la evolución de la musicología.

La importancia de entender la luthería para este proyecto para luego enseñar nuevos artistas a utilizar o dar a conocer los nuevos instrumentos.

El luthier debe tener una vasta educación en el área de la investigación y construcción de instrumentos, por ello, la luthería se basa especialmente en la Organología, concepto que define el portal de contenidos culturales, asociado a instituciones como La Biblioteca Nacional y a la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAN), como; “...el estudio de los instrumentos musicales en lo referido a su historia, función social, diseño, construcción y forma de ejecución. La labor de los estudiosos de los instrumentos en la historia de la música ha sido fundamental, pues gracias a un minucioso esfuerzo se conoce ahora valiosa información sobre cómo interpretar y cómo construir instrumentos (Luthería).

Esta disciplina, en la época comprendía tres actividades fundamentales; Construcción y afinado del instrumento (principalmente Laúd), Restauración y Dictamen. En la etapa de la construcción y afinado del instrumento, se elegían los elementos que el armado de este requeriría tales como;

el material, las dimensiones, el tamaño de la caja armónica, el tipo de cuerdas y barniz, entre otros.

La restauración concierne a la limpieza de los instrumentos como al cambio o reparo de piezas que se encuentran dañadas. Con el tiempo en los instrumentos es normal la acumulación de polvo, esto se limpia generalmente con un paño, sin embargo, esto puede generar un consecuente daño al instrumento. Por tanto para esto los luthier ocupan una herramienta llamada Papote. En cuanto a la restauración de piezas los accidentes más comunes son las grietas del alma; situada en la caja armónica, en la tapa y fondo, entregando sonidos más agudos o graves según su posición (más cercana al puente o más cercana al oído respectivamente).

En cuanto al dictamen este hace referencia a la etapa de observación del *luthier*, quien debe, por medio de sus rigurosos conocimientos, situar el instrumento en el tiempo que fue realizado, los materiales utilizados, el tipo de barniz con que se perfeccionó. Un área importante en el trabajo del *luthier* consiste en la utilización de la dendrocronología, disciplina biológica usada para determinar la edad de objetos hechos de madera.

El método se basa en proporcionar la fecha de talado del árbol, a partir de la cual se han podido construir la tabla de resonancia de los instrumentos de teclado o el fondo de los instrumentos de cuerda, comparando el grueso y características físicas de la parte clara y oscura de los anillos de crecimiento de la madera de la tabla armónica con una tabla de referencia y una escala graduada

Importancia de la Luthería para este proyecto.

En Chile la luthería se realiza, gracias a la labor de algunos artistas, sin embargo, estos son pocos. A largo del país se logran identificar luthieres, quienes realizan su trabajo de manera independiente en sus talleres. Al ser tan selectivo y contar con pocos artistas en el oficio, aún no se ha desarrollado alguna agrupación que pueda ampararlos, proteger su arte y en mayor medida conectarlos, considerando que se encuentran desde el norte hasta el sur de nuestro país.

Por otra parte, la labor realizada por los luthieres en Chile, responde general y específicamente a la realización de guitarras y charangos. No se ha registrado la realización de otro tipo o la implementación de nuevos instrumentos en el país, realizado por tales artistas.

## 2.7 Música Experimental

El término de música experimental es introducido en 1955 gracias al artista John Cage, quien propone para este nuevo género experimentar con cánones nunca antes vistos en la música. Con este nuevo estilo, el artista intenta romper con las nociones antes propuestas por lo que se define

como música, además de encontrar nuevos estímulos que puedan reorganizar sus conceptos artísticos.

El mismo autor del fenómeno entrega algunas definiciones sobre el término de música experimental: “En esta música no hay nada más que sonidos: sonidos que han sido escritos y sonidos que no lo han sido. Los que no lo han sido parecen silencios en la música escrita y abren el camino de la música a aquellos sonidos que se producen en un entorno físico. Es una apertura que existe también en la escultura y en la arquitectura contemporánea. Los edificios de cristal de Mies Van der Rohe o cuando se contemplan las construcciones en tela metálica del escultor Richard Lippold es inevitable que se vean otras cosas, incluida la gente, si es que hay personas en ese momento. No existen el espacio vacío ni el tiempo vacío, siempre existe algo que ver, algo que oír. Se tiene que escoger. Si no se quieren abandonar los intentos de controlar el sonido se podrá complicar la técnica musical tendiendo a aproximarse a las nuevas posibilidades y a la nueva conciencia. O bien, se podrá abandonar todo intento de controlar el sonido, quitarse el sonido de la cabeza y ponerse a descubrir medios que consientan a los sonidos el ser ellos mismos, en vez de ser el vehículo de las teorías humanas o expresión de los sentimientos del hombre”.

Por otra parte el portal chileno “Música Popular” habla sobre esta vanguardia musical: “...se refiere a las manifestaciones creativas que avanzan por detrás de los bastidores y que proyectan un gesto estético trascendente más allá de una aceptación a partir de modelos de música convencional. En un permanente desafío a la sensatez musical y el pensamiento templado, estas variantes experimentales se multiplican en direcciones que van desde la música de docta contemporánea y los experimentos en laboratorios de sonido electroacústicos en el mundo académico hasta la libre improvisación, el ruidismo, los ensayos de jazz vanguardista y la creación a través de cintas magnetofónicas, de dispositivos electrónico-digitales o simplemente con las armas más tradicionales del rock”.

En cuanto al nacimiento de este estilo y esta forma de crear música se puede hacer mención a Olivier Messiaen, quien comienza a introducir instrumentos nunca antes utilizados en la creación de obras musicales, como por ejemplo las “Ondas Martenot”, un instrumento electrónico formado por un teclado, un altavoz y un generador de baja frecuencia.

Pierre Boulez, conocido como el discípulo de Messiaen, comienza a mezclar la música occidental con la oriental, algo no muy común hasta entonces.

Durante el periodo de los años 60 a 80 se destacan Lee Ranaldo y Thurston Moore, quienes experimentaron con afinaciones alteradas y jugaron con la técnica del “tercer puente” utilizando destornilladores que se sitúan entre las cuerdas y el cuello de la guitarra. En Alemania, los músicos comenzaron a experimentar con estructuras e instrumentos inusuales.

Por la década del año 70 nace, bajo esta línea musical, el “Krautrock”, cuyos artistas se caracterizaban por utilizar elementos del rock psicodélico, experimentaban con collage de sonidos y efectos electrónicos, realizaban improvisaciones, buscaban crear atmósferas e

incorporaban elementos de la música concreta, el minimalismo, el jazz y la música oriental. El krautrock utilizó como fuente de inspiración el pasado más cercano con grupos como “The Velvet Underground” con sus notas sostenidas y sus ritmos intensos, las experimentaciones electrónicas de Silver Apples y los trabajos más vanguardistas de The Beatles o Pink Floyd.

Por acá la banda alemana “Einstürzende Neubaten” creó sus propios instrumentos a base de pedazos de metal y herramientas de construcción.

“Art Rock” es un término que se utiliza para describir a un amplio subgénero de la música rock caracterizada por su tendencia experimental, en donde muchas veces se utilizaban letras de carácter poético. Resulta muy difícil definir y concretar este género, ya que tiene influencias como el Jazz, la música clásica, la world music y la música avantgrade. Sus variantes son tan extensas como los grupos, en donde cada uno jugaba con influencias fantásticas, míticas, el surrealismo, entre otras. Estas serían tendencias que luego influirían en el rock que se desarrolla después como el glam rock, el punk, la new wave, el rock gótico y el noise rock.

En el año 1983 nace la revista “Tellus Audio Cassette”, la que incluía cintas de cassette centradas principalmente tanto en la música experimental del pasado, como en la del presente. Desde la década del 80 hasta los días de hoy se han generado diversas experimentaciones en el rock, hecho que se denomina como “post-rock”.

El grupo “Sonic Youth” fue uno de los más influyentes para la década del año 90, quienes siempre tuvieron como referencia a John Cage.

En Chile se realizan creaciones y existen bandas artísticas dedicadas a este estilo musical. Si bien, estas son pocas, algunas se ocupan sobre una base de música Rock psicodélico, mientras que otras –y acá el número se reduce considerablemente- se ocupan de realizar obras musicales, bajo normas y fragmentos realizados por los propulsores de este estilo musical, en donde se utilizan ruidos, la mezcla de diversos sonidos, pausas, entre otras. “Proyecto Tarabust” es una de las bandas que destaca dentro de esta especificación.

### CAPITULO III: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

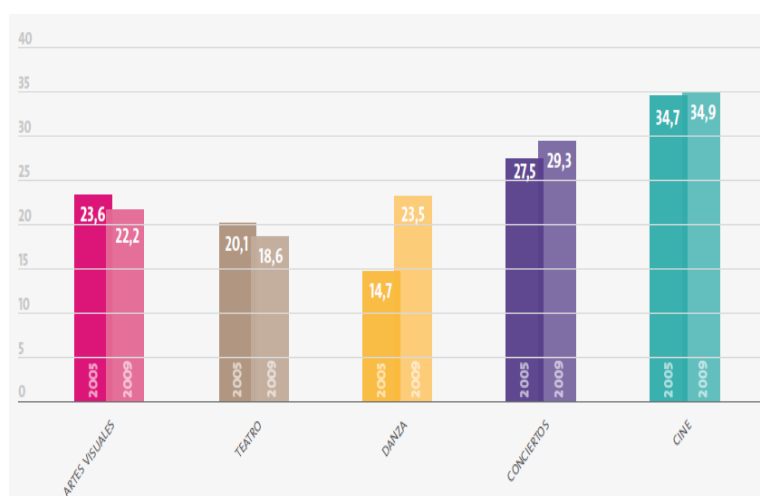
### 3.1 Actividad Cultural en Chile

Cada expresión cultural que se da a lo largo del país compone lo que hoy es –como resultado de muchas variantes y movimientos- la cultura chilena. Distintos grupos de una misma población, como sucede en todos los países del mundo, se sienten reflejados, gustan y disfrutan de distintas expresiones culturales. Estos, se pueden inclinar indistintamente por una disciplina cultural, algunos por dos o más, y otros por la combinación de dos o varias disciplinas, las cuales se asocian principalmente a las vanguardias culturales emergentes.

En Chile, estas preferencias e inclinaciones se pueden ver demostradas en estudios realizados, generalmente, por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA). De hecho, este último, realiza anualmente, la hoy llamada, “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural”. Tal encuesta, en su última edición del año 2012, abarca como líneas de estudio, las siguientes expresiones culturales que son: las artes visuales, el cine, los conciertos, la danza y el teatro.

En relación a esta materia, la participación de la población en eventos artísticos-culturales y el consumo de las diversas expresiones y productos culturales han ido en aumento en Chile, durante estos últimos años. Parte de esto, se puede ver reflejado en el aumento ocurrido en las asistencias a los distintos eventos artísticos-culturales, correspondientes a las líneas ya mencionadas, que son considerados en la encuesta realizada por el CNCA. El gráfico a continuación, muestra y da cuenta de tal aumento mencionado en la asistencia a los diversos eventos artísticos-culturales, en relación al año 2005 y 2009.

Grafico n° 1: “Población que asiste a Espectáculos. Comparación año 2005-2009”



Fuente: “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, año 2012, Valparaíso, Chile.

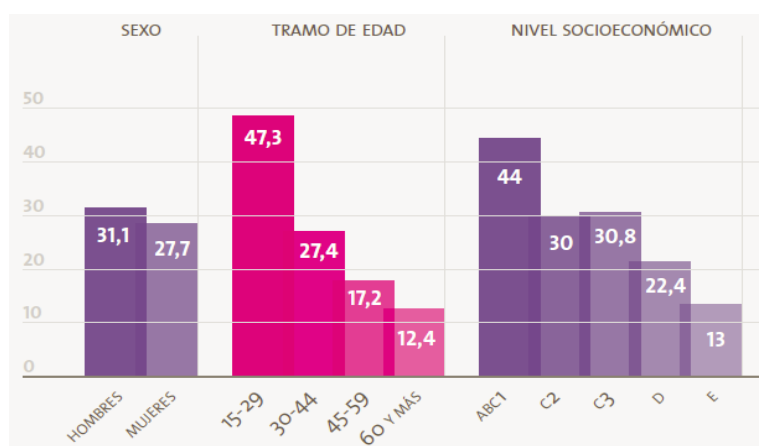
Se puede apreciar que el evento artístico cultural que tuvo mayor aumento de asistencias, en relación a los años expresados, es la danza con un 8% de a favor. Mientras que, le sigue, el ítem de conciertos con un 1,8% a favor.

Por otro lado, se puede mencionar que el evento más concurrido por la población chilena es la asistencia al cine (34,9%), seguido por la asistencia a los conciertos (29,3%).

La asistencia a conciertos es y será, evidentemente, el ítem de mayor importancia para analogías del presente trabajo, ya que, como evento artístico-cultural representa un área de la expresión musical. Por tanto, resulta muy importante, además, conocer, a grandes rasgos, cuales son las principales características de las personas que asisten a conciertos.

Para ilustrar tales características básicas, de quienes asisten a conciertos, se muestra a continuación un gráfico realizado por la Encuesta de Participación y Consumo Cultural, en donde la línea de estudio se distingue en contemplar el sexo, los tramos de edad y el nivel socioeconómico de tales personas.

Gráfico n° 2: “Población que asiste a conciertos, según sexo, tramo de edad y nivel socioeconómico”.



Fuente: “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, año 2012, Valparaíso, Chile.

Se puede concluir que, ante la población de un 29,3% que expresa *sí* asistir a conciertos, son más los hombres los que asisten a este evento con un 31,1% de participación, mientras que un 27,7% corresponde a la participación de mujeres, dejando un estrecho margen de un 3,4%.

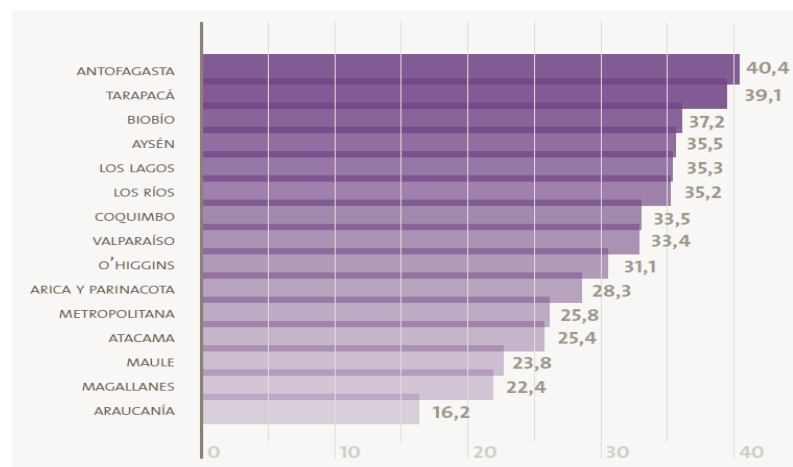
Por otra parte, se pueden notar en el gráfico que la asistencia a conciertos va disminuyendo proporcionalmente con la edad de los asistentes, es así como las personas de entre 15 y 29 años

ocupan un 47,3% de un 100%, las personas de entre 30 y 44 años ocupan un 27,4% de un 100%, las de 45 a 59 años un 17,2% del 100%, las personas de 60 y más años ocupan sólo un 12,4% del total del 100%.

Ahora bien, en relación a la situación o estatus económico de las personas asistentes a este evento artístico-cultural, se puede determinar que los pertenecientes al grupo económico; ABC1 y C3 son quienes más asisten a conciertos con un 44% y 30,8% respectivamente. A estas cifras le siguen las personas englobadas en el grupo C2 con un 30%, el grupo D con un 22,4% y finalmente el grupo económico E con un 13% de asistencia a conciertos de un total de 100%.

En relación al lugar en donde hay mayor participación de personas a dicho evento artístico cultural, el gráfico que sigue, demuestra las regiones que tienen, por orden de mayor a menor, participación en la asistencia a conciertos.

Gráfico nº 3: “Clasificación de Regiones, según población que asiste a conciertos (%)”



Fuente: “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, año 2012, Valparaíso, Chile.

Se puede apreciar que la región con mayor participación a este evento es la región de Antofagasta con un 40,4%, mientras que la región con menor asistencia es la Araucanía con tan solo un 16,2% de participación. Asimismo, se puede apreciar que la región de Valparaíso cuenta con una importante participación de un 33,4%. Sin embargo, se encuentra 7 puntos de diferencia con la región de mayor participación; Antofagasta.

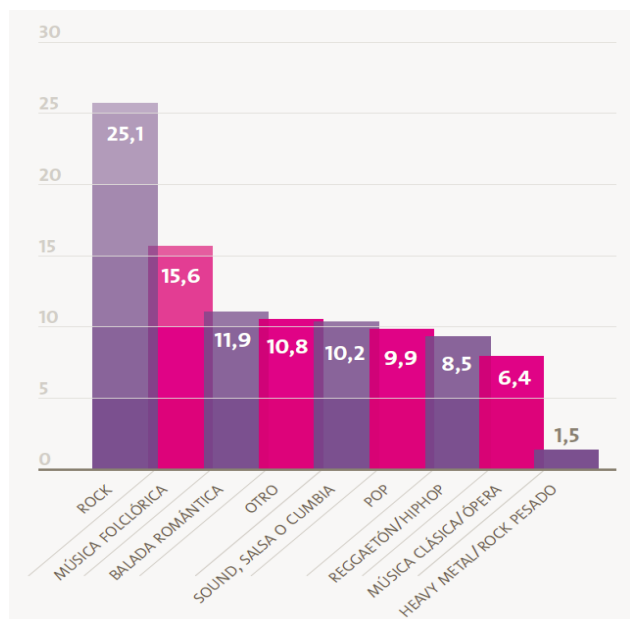
Conocer las características básicas de las personas que se inclinan con la expresión artística cultural de la música resulta ser una información muy importante para este trabajo, ya que a

partir de tales datos se podrán establecer las principales nociones conformes al mercado que apuntará el proyecto. Además de determinar ciertos factores y lineamientos que se caractericen y sean del agrado de aquellas personas que optan por la música como principal u ocasional consumo cultural.

Otro dato importante que se debe destacar, corresponde a las preferencias de la población chilena en lo que respecta a los estilos musicales.

El siguiente gráfico da muestra de los estilos de música, que se dan en la cultural chilena, y sus porcentajes de espectadores, cuando se trata de asistir a un concierto.

Gráfico n° 4: “Espectadores por tipo de concierto preferido”.

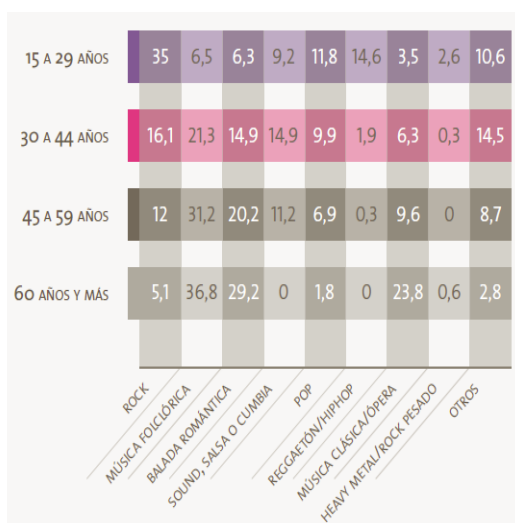


Fuente: “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, año 2012, Valparaíso, Chile.

Se observa que, por una mayoría destacable, la población escoge como preferencia ir a conciertos del estilo *rock*, el cual posee un 25,1% de asistencia en comparación con los demás estilos. A este estilo le sucede la música folclórica con un 15,6% de participación. Enseguida a estos, se ve que los estilos de balada romántica, otro, sound, salsa o cumbia y pop abarcan cifras similares, concentrando un 11,9%, 10,8%, 10,2% y un 9,9% respectivamente. Y finalmente, el reggaetón/hip-hop con un 8,5%, la música clásica/opera con un 6,4% y el heavy metal/rock pesados con sólo un 1,5%, son los estilos musicales de menor audiencia en cuanto a la asistencia a espectáculos, específicamente conciertos.

Si bien, a la asistencia a los conciertos por estilo de música resulta muy importante como dato duro para la elaboración de nuevos cimientos para el proyecto, existen otros desgloses y correlaciones de información que pueden ser de suma importancia. A modo de ejemplo, a continuación se muestra un gráfico, el cual entrega las cifras del porcentaje de asistencias por estilo musical, según los tramos de edad.

Gráfico nº 5: “Espectadores por tipo de concierto, según tramo de edad (%)”



Fuente: “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, año 2012, Valparaíso, Chile.

Del gráfico anterior se puede desprender que las preferencias musicales de la población, tienen diferentes comportamientos, según el rango de edad estimado. Es así como las personas agrupadas en el rango etario de 15 a 29 años, prefieren la música de estilo *rock*. Mientras que, las personas respectivas al rango de 30 a 44 años, de 45 a 59 años y las personas de 60 años o más prefieren asistir a conciertos de música folclórica.

Para los jóvenes, luego del rock, los estilos de reggaetón/hip-hop, pop y otros son los preferidos, en cuanto a su participación en tales espectáculos.

Es muy importante destacar que las personas entre 30 y 44 años son las que más participación tienen en el ítem de otros (14,5%), el cual abarca expresiones musicales de vanguardia. Por otro lado, luego del folclor, las personas de este rango prefieren asistir a conciertos de estilo rock, balada romántica, sound, salsa o cumbia, con un 16,1%, 14,9 y 14,9 respectivamente.

Las personas de 44 a 59 años optan, como segunda, tercera y cuarta posición, por asistir a conciertos de estilo Romántica (20,2%), rock (11%) y sound, salsa o cumbia (11,2%).

Y finalmente, las personas de 60 años o más, quienes ampliamente prefieren la música folclórica (36,8%) como primera opción, gustan de asistir a conciertos de balada romántica (29,2%), música clásica/opera (23,8%) y de estilo rock con un notable descenso en la cifra, la que alcanza un 5,1%.

Los estilos de música, también, varían según el nivel socioeconómico de la población. Cada grupo económico se inclina por un estilo musical, aunque el primer y el segundo lugar son semejantes en todos los grupos económicos, las preferencias secundarias y restantes son muy diferentes.

El siguiente gráfico expone las cifras en porcentajes de las preferencias musicales al momento de asistir a un concierto, por grupos económicos, en donde se considera ABC1, C2, C3, D y E.

Gráfico n° 6: “Espectadores por tipo de concierto preferido, según nivel socioeconómico”



Fuente: “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, año 2012, Valparaíso, Chile.

Tal como se expresaba anteriormente el grupo socioeconómico ABC1, C2, C3 y E prefiere como estilo musical el estilo *rock*. Mientras que el grupo D prefiere como primera opción la *música folclórica*.

El grupo ABC1 prefiere como segunda opción la música *pop* con un 17,7%, seguida de la *música clásica/opera* con un 12,3% y como cuarta opción, tal grupo se inclina por el ítem clasificado como *otros* con un 10,1%. Por último, como última opción, este grupo socioeconómico escoge el estilo *heavy metal/rock pesado* con un 0,1%.

El grupo C2, luego del rock, elige la música folclórica (17,2%), la balada romántica (13,1%) y la música clásica/opera (9,4%) como segunda, tercera y cuarta opción respectivamente. Finalmente la última opción para este grupo es la música *heavy metal/rock pesado* con un 3,7%.

Las personas agrupadas en el grupo C3 escogen la *música folclórica* como segunda opción con un (15,6%), seguida de la música correspondiente al ítem *otros* con un 14,3% y como cuarta opción este grupo escoge la música *balada romántica* con un 14,1%. Mientras que la opción menos votada corresponde a la música de estilo *heavy metal/rock pesado* con un 1,1%.

El grupo socioeconómico denominado D prefiere asistir a conciertos como segunda opción, luego de la *música folclórica*, del estilo reggaetón/hip-hop arrojando cifras de un 18,2%. Como tercera opción este grupo prefiere la música *rock* con un 18,1% y como cuarta opción la música *balada romántica* con un 12,1% de preferencia.

Y finalmente el grupo económico E, si bien escoge el *rock* como preferencia, escoge de igual manera la música *sound, salsa o cumbia* arrojando un porcentaje igual al *rock* (22,3%). Como tercera y cuarta opción el grupo E elige asistir a conciertos de estilo *folclórico* y *reggaetón/hip-hop* con un 18,8% y un 1,8% respectivamente para casa estilo. Mientras que el ítem con menos votos fue la *música clásica/opera* con un 0% de asistencia. Un punto muy importante que debe ser atendido en el presente trabajo corresponde a la situación actual de espacios necesarios para poder realizar tales eventos artísticos culturales, especialmente conciertos.

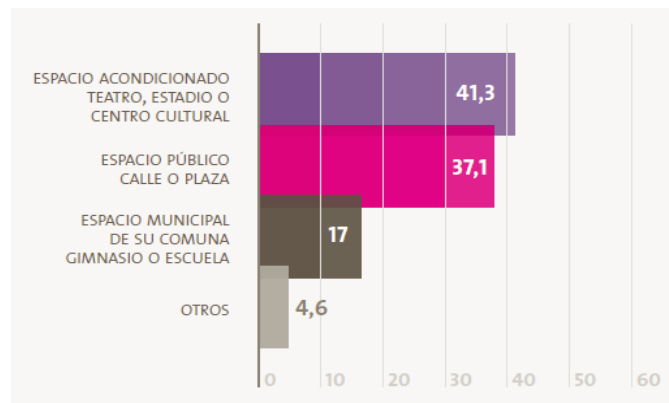
### 3.2. Infraestructura Cultural en Chile.

En Chile, la infraestructura cultural es escasa. Dentro de los estudios de infraestructura cultural se consideran canchas, gimnasios y hasta la calle para generar expresiones artísticas de todas las disciplinas. Los espacios con los que se cuenta ahora y que son realmente acondicionados para tales eventos son los teatros y centros culturales. Sin embargo, los teatros no se encuentran en las mejores condiciones para llevar a cabo grandes eventos, considerando los años de antigüedad y el estado de casi abandono en el que se encuentran.

Mientras que los centros culturales, si bien tienen la disposición de entregar su gestión y espacios para llevar a cabo eventos artísticos, su infraestructura se caracteriza por ser de tamaño reducido. En donde, generalmente no se pueden realizar eventos de más de 50 personas.

A continuación se proporciona un gráfico el cual demuestra la situación actual en la que se generan los eventos culturales a nivel nacional.

Gráfico n° 7: “Espectadores de conciertos por tipo de espacio visitado”.



Fuente: “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, año 2012, Valparaíso, Chile.

Tal como se puede apreciar en el gráfico, las cifras de conciertos realizados en espacios acondicionados y espacios públicos no son muy diferentes, ya que existe solo un 4,2% de diferencia. Mientras que un 17% de los conciertos que se realizan se concretan en espacios municipales como son gimnasios o escuelas y un 4,6 de los conciertos se realiza en *otros espacios*.

Según el portal de Infraestructura Cultural; “Espacios Culturales en Chile” levantado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, nuestro país cuenta con una totalidad de 1.479 espacios destinados al área del desarrollo y producción cultural, siendo estos, distribuidos por las regiones del país, además de ser desglosados en diferentes categorías en relación al tipo y función que cumple el espacio cultural.

Las cifras de los espacios culturales por región, junto al ítem que estas corresponden se pueden ver expresadas en la siguiente tabla.

Tabla n° 1. “Espacios Culturales totales, por Tipo”

<b>Tipo de Espacio Cultural</b>	<b>Número de Espacios</b>
Archivo	11
Biblioteca	511
Centro Cultural o Casa de cultura	241
Centro de Documentación	18
Cine o Sala de Cine	41
Estudio de Grabación	14
Galería de Arte	54
Gimnasio	155
Museo	149
Otro	81
Sala de Ensayo	2
Sala de Exposición	57
Teatro o sala de teatro	146
<b>Total</b>	<b>1480</b>

Fuente: Elaboración Propia. Información de Departamento de Estudios, “Espacios Culturales en Chile”.  
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

En este mismo portal de información se refleja que existen 146 espacios culturales en la Región de Valparaíso, los que se distribuyen en la provincia de Petorca con 14 infraestructuras, San Felipe de Aconcagua con 10 infraestructuras, Los Andes con 11 infraestructuras, Quillota con 17 infraestructuras, Marga-Marga con 10 infraestructuras, Valparaíso con 70 infraestructuras, San Antonio con 17 infraestructuras e Isla de Pascua con 3 infraestructuras.

Sin embargo, los estudios de “Espacios culturales en Chile” creado por el Gobierno de Chile, no consideran a cientos de famosos y hoy connotados centros culturales reconocidos por la población local y, a veces, a nivel nacional. Esto también se ve representado en la ausencia de ciertas infraestructuras que, en particular la ciudad de Valparaíso, dice no tener, pero si existen. A modo de ejemplificación, dentro de las clasificaciones de espacios culturales enumeradas en este portal se consideran estudios de grabación y salas de ensayo, como ítems relacionados a la infraestructura cultural-musical, sin embargo, entre las 70 infraestructuras expresadas en la

comuna de Valparaíso no se considera ninguno de estos dos espacios, teniendo en cuenta que en la comuna si existen estudios de grabación y salas de ensayo.

Tras una investigación, se logró determinar el por qué de estas falencias dentro del portal de infraestructura cultural. Esto tiene relación a que el catastro e inscripción es absolutamente voluntario. Para este catastro se contaba con un arquitecto, quién debía encargarse del levantamiento e integración de infraestructuras, sin embargo, se especifica que entre las variables de no catastro están; el que la infraestructura no tuviese el interés de catastrarse, que la arquitecta encargada no diese con los encargados/dueños/directorio de las infraestructuras, o que simplemente la arquitecta no supiese de la existencia de ciertas infraestructuras.

Para comprender el sistema de catastro, Loreto Cisternas Natho, de la sección de estadísticas culturales, del CNCA, aclara lo siguiente: “Se contaba con un listado de más de 600 infraestructuras en Chile. País que había que levantar el año 2010, esta fue la línea base. Se contrato a arquitectos por región para hacer el levantamiento, proceso en el que debía agregar otras infraestructuras que no estuvieran incluidas, situación que funcionó bastante bien, pero que no permitió acceder a todas las infraestructuras; operativamente se nos hacía muy difícil. Por ese motivo la base de datos de este catastro está totalmente activa y hasta el día de hoy seguimos recibiendo solicitudes de ingreso y de actualización de datos.”

Dentro del portal existe un espacio de “inscripción de una infraestructura” y “Actualización de datos”. Aquí el departamento del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes recibe el mail solicitante, se establece el contacto y se les envía el material y requerimientos para realizar la inscripción.

Se pretende, a un tiempo mayor, realizar un traspaso paulatino de ingreso y actualización de datos, referente a las infraestructuras, a las propias infraestructuras, sin embargo, esto requiere de un cambio tecnológico, para así desarrollar a modo de estrategia un servicio que les resulte útil y atractivo, y que a la vez mantenga absolutamente actualizado el catastro. Se aclara que para poder llevar a cabo esta tarea, se trabaja en conjunto con otras secciones y departamentos del Consejo Nacional.<sup>1</sup>

A partir de lo anterior, resulta cada vez más difícil establecer un número exacto de la infraestructura musical regional como a nivel nacional.

Otra línea de estudio, que concierne y ayuda a la construcción de distintos factores para elaborar el proyecto, son los hábitos que hay en la población en relación a la música. El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, por medio de la misma encuesta que ha estado revisando, concluye que

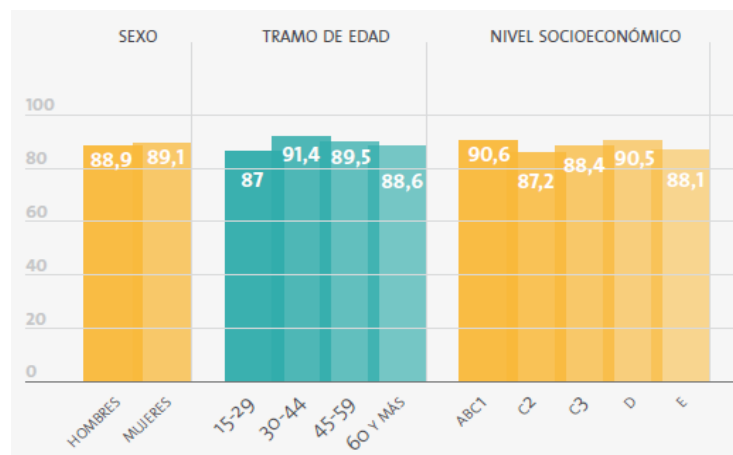
---

<sup>1</sup> Toda la información referente al sistema, estructura y funcionamiento del “Portal de Infraestructuras culturales en Chile”, resulta de una entrevista realizada a Loreto Cisternas Natho, perteneciente a la Sección de Estadísticas Culturales, del Departamento de Estudios, del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

un 89% de la población tiene como hábito escuchar radio, mientras que un 11% declara no escucharla.

Las condiciones y características de la población, que declara escuchar radio, no varían notoriamente. En otras palabras casi no existe una distinción entre el sexo, la edad y el nivel socioeconómico de la población que tiene tal hábito. Esto se puede ver expresado en el siguiente gráfico de la “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural”, que aparece a continuación.

Gráfico N° 8: “Población que escucha radio, según sexo, tramo de edad y nivel socioeconómico (%)”



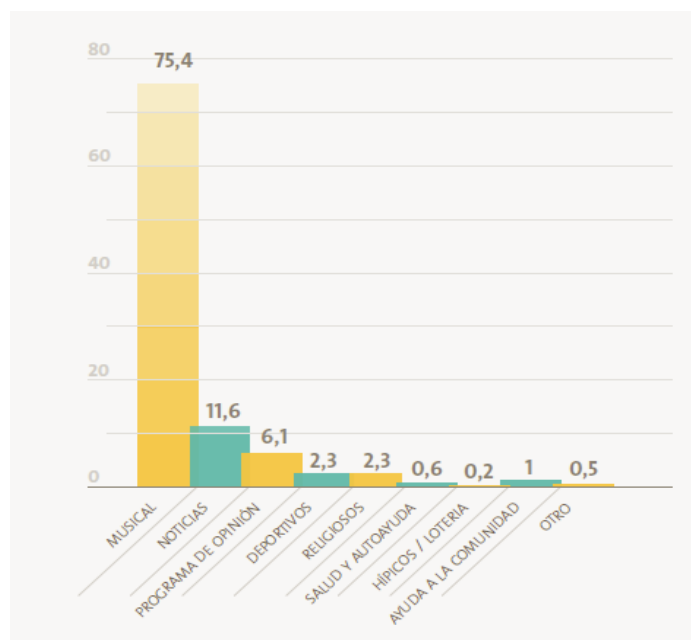
Fuente: “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, año 2012, Valparaíso, Chile.

Tal como se puede apreciar no existe gran distinción entre las variables de sexo, edad y nivel socioeconómico a la hora de escuchar la radio. Este hábito es realizado por gran parte de la población nacional y sin importar, a grandes rasgos, las características de estos.

Dentro de este hábito, existen diferentes motivaciones que llevan a la población a escuchar radio. Según la encuesta considerada en este estudio, se encuentran 9 variables motivacionales por las cuales el auditor decide escuchar la radio.

El gráfico a continuación puede dar cuenta de cuáles son estas variables, y además da cuenta de cuáles son las más relevantes para la población.

Gráfico N° 9: “Audiencia por tipo de Programa Preferido (%)”



Fuente: “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, año 2012, Valparaíso, Chile.

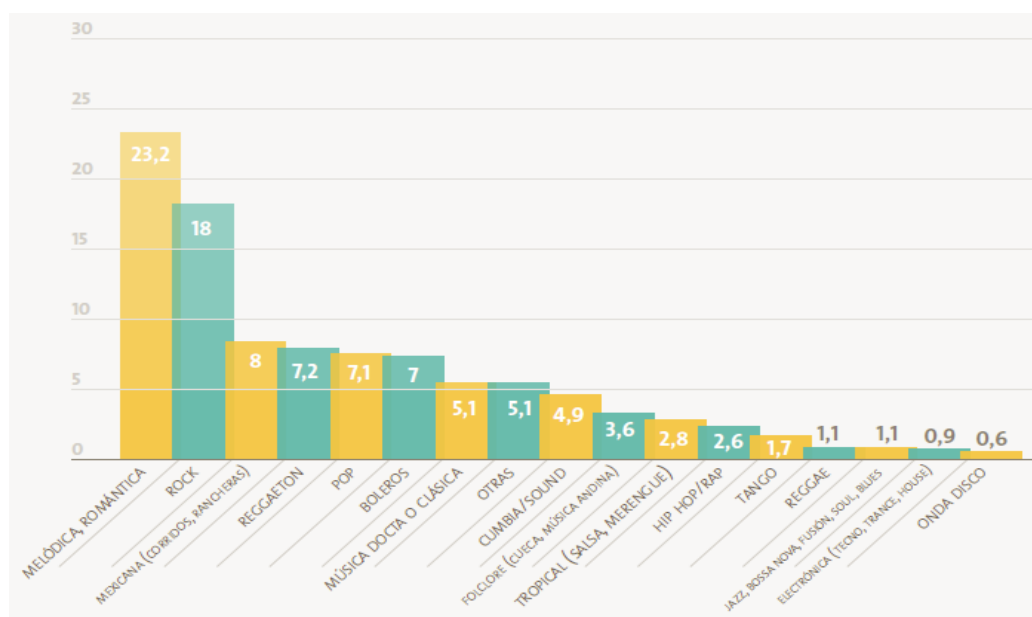
Evidentemente, y por alta mayoría, una de las razones que más motiva a la población que declara *si* escuchar la radio, es para escuchar la programación radial, la opción alcanza un 75,4%. Con una baja considerable, la población opta como segunda opción escuchar radio para informarse y escuchar el programa de noticias (11,6%), a este le sigue el programa de opinión con un 6,1% y el deportivo con un 2,3% a favor.

En relación a la programación musical, gran parte de la población escucha la radio para poder escuchar netamente música. Este es un hábito que se da, no solo en la población chilena, sino que a nivel mundial. El escuchar música es un hábito casi natural, el cual alcanza una gran aceptación de la población. En la misma encuesta analizada, un 92,5% de la población encuestada declara tener el hábito de escuchar música, mientras que 7,5 declara no hacerlo.

Al igual que el hábito de escuchar la radio, las distinciones entre sexo, edad y nivel socioeconómico no son importantes. Sin embargo, las distinciones aparecen al momento de clasificar el estilo musical escogido a la hora de escuchar música.

Evidentemente los gustos de la población son innumerablemente diferentes. El gráfico a continuación muestra la preferencia en estilos musicales (17 ítems) a la hora de realizar el hábito de escuchar música.

Gráfico N° 10: “Auditores por tipo de música preferida”.



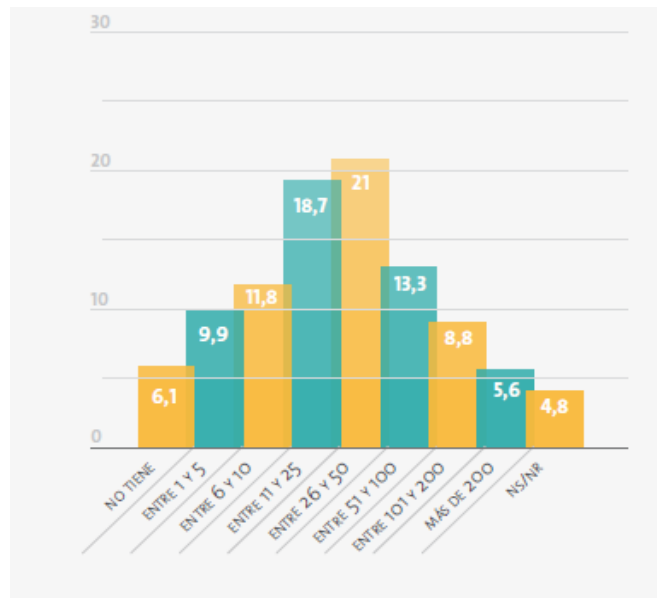
Fuente: “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, año 2012, Valparaíso, Chile.

Como se puede apreciar en el gráfico de la Encuesta Nacional, la música preferida para escuchar es la música Romántica/melódica (23,2%), seguida por el Rock (18%). Luego de estas principales preferencias musicales, las cifras descienden considerablemente apuntando como tercera opción la música Mexicana (8%), seguida del Reggaeton (7,2%) y muy cercano a este se encuentra el estilo Pop (7,1%).

Por otra parte los estilos que son menos escuchados por la población son el Reggae y Jazz, ambos con un 1,1%, seguidos por la música Electrónica con un 0,9% y por último la música de Onda Disco con un 0,6 de aprobación.

Con respecto al consumo, como tal, de productos culturales, los cd, casetes o discos, representan de manera tangible el consumo, de igual manera, de música. El siguiente gráfico, muestra la cantidad de cd, casetes o discos de música con lo que cuenta aproximadamente la población, que declara escuchar música de manera habitual.

Gráfico N° 11: “Número de cd, casetes o discos (%)”



Fuente: “Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural”, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, año 2012, Valparaíso, Chile.

El gráfico muestra que el 6,1% declara no tener ningún tipo de estos productos de consumo cultural. Sin embargo, es bastante la población que cuenta con estos productos, considerando que un 8,8% declara tener más de 100 cd, casetes o discos, y es más, un 5,6% admite tener más de 200 de, cualquiera sea, estos productos. Por otra parte un 9,9% dice tener entre 1 y 15 cd, casete o discos, mientras que un 11,8% dice tener entre 6 y 10. Y de manera, cada vez, más ascendente, un 18,7% de la población encuestada dice tener entre 11 y 25 de estos productos y un 21% de la población declara tener entre 26 y 50.

### 3.3 Demanda Actual

Si bien, durante muchas épocas, se ha contado con un gran número de artistas musicales, a lo largo del territorio chileno, por hoy, se puede decir, que existe un gran número de músicos que conforman la cultura musical del país. Evidentemente, el desarrollo de nuevos artistas debe ir acompañado con el desarrollo de nuevas plataformas, líneas de financiamiento, nuevas estructuras, entre tantas otras aristas necesarias para realizar un constante y sustentable desarrollo de la cultura nacional y especial de la industria musical nacional.

Si bien, existe cierta oferta (privada/empresarial) que logra cubrir unas de las tantas líneas necesarias para suplir el desarrollo y fomento a la industria musical, por parte gubernamental ni menos privada, se ha realizado un proyecto que logre integrar todas aquellas líneas y unidades que necesita y exige el artista musical.

Se logra especificar y concluir que el músico nacional demanda, por hoy, nuevos espacios de representación musical que cuenten con la capacidad y equipamientos necesario, una reestructuración en cuanto a diversos estatutos gubernamentales que permitan el buen desarrollo y que suplan de manera real, sustentable y eficiente el desarrollo de la música nacional, en definitiva, se exigen hoy nuevas plataformas que logren integrar diversas líneas en fomento y desarrollo a la industria musical.

Dentro de estas nuevas plataformas, se puede concluir que se espera la creación, en forma casi utópica, la generación de estructuras organizacionales que logren abarcar las líneas de fomento íntegras necesarias para la gestión, producción y concreción de proyectos musicales. Estas líneas se refieren a integrar la gestión, creación, producción, difusión y, en gran parte, el financiamiento de tales proyectos culturales.

### 3.4 Oferta Actual

La oferta actual, en cuanto a productos y servicios referentes a la industria musical, no ha variado notoriamente en relación a una década. Por hoy, los servicios que se ofrecen en Valparaíso o la Región Metropolitana responden a prestaciones de: Estudios de Grabación, Sellos musicales y Salas de Ensayo. A nivel nacional la situación no varía notoriamente, los servicios que se entregan en para el desarrollo musical nacional responden de igual manera a estos tres principales servicios.

Específicamente en la comuna de Valparaíso existen dos estudios de grabación, y algunas salas de ensayo. Si bien, estos servicios son complementarios para la industria musical, no conforman un espacio estructural ni organizacional, ni una plataforma que logre integrar las diversas líneas necesarias para entregar a los artistas musicales un fomento real y constante para su industria.

### 3.5 Identificación de variables para la elaboración de la propuesta

Una vez analizado la demanda actual exigida por los músicos nacionales y la oferta y su forma de hacerla llegar a los artistas, se ha logrado identificar ciertas variables que pudiesen ser incorporadas a la estructuración de la propuesta.

Por una parte se ha considerado hacer y conformar una estructuración hacia un fomento a la producción musical y al artista musical como un componente único y elemental para un desarrollo íntegro y óptimo de la industria musical nacional. Esto es, siempre a través de áreas que como organización se pueden realizar, considerando que como tal, no se pueden realizar estructuraciones en los estatutos gubernamentales.

Por lo tanto, se logra detectar, y por tanto integrar a la conformación de la propuesta, espacios destinados al desarrollo del artista musical, espacios destinados al esparcimiento entre espectadores y músicos creadores, de manera que estos puedan interactuar y a la vez sentirse cercanos al desarrollo sustancial de la música nacional, haciendo esta un medio integrador de la comunidad divergente. Se logra detectar, además, la implementación de espacios necesarios para la creación musical, los cuales sean encargados en manos de artistas musicales, quienes conocen y manejan las estructuras, las necesidades, las falencias y los status estipulados para la creación de una obra musical (no verla solo como un negocio).

Por otra parte, se ha concluido que es necesario realizar instancias que logren pulir a los artistas musicales, no sólo en aspectos sonoros, de voz e instrumentales, sino que también logren crear un artista íntegro que sea capaz de desenvolverse en diversos lineamientos de la escena musical. De aquí se incorporan espacios destinados a la formación de artistas y a la investigación y desarrollo de áreas como es la luthería, editorial, discográfica, entre otras.

### 3.6 Referencia Internacional

La referencia internacional se usa, para el presente, como una herramienta de comprobación en cuanto a la positiva factibilidad de realizar e incorporar diversos modelos de proyectos referidos al desarrollo y a la producción musical. En otras palabras, las referencias internacionales abarcadas, ayudan y a la vez, apoyan a la elaboración y concertación de este proyecto, ya que, gracias a la investigación, se ha comprobado la existencia de empresas, organizaciones y/o corporaciones que se dedican al desarrollo de artistas y obras, por medio de un servicio complementario, las cuales resultan ser sustentables y, por hoy, rentables.

Por otra parte, el hecho de considerar referencias internacionales, además, sirve para determinar la situación actual del país, cuál es nuestra posición y avance cultural nacional, en relación a otras regiones y países. También, funciona para adaptar modelos a seguir, en cuanto al avance y desarrollo cultural (especialmente desarrollo musical) y en la posible incorporación de diversas líneas para el proyecto, ya que los modelos referenciales, evidentemente, corresponden a

estudios, centros y/o complejos musicales que responden directa o indirectamente a las líneas relacionadas con este proyecto.

Es muy importante destacar que las referencias internacionales, no son, ni deben ser abarcadas, como un modelo riguroso a seguir, ni mucho menos como un modelo estático a implementar en el país. Aparte de considerarse esto un plagio, ningún proyecto u organización funciona de la misma forma en un país y en otro. Esto se debe a que, en cada país, existen diversas variantes que favorecen y/o debilitan su factibilidad de implementación, como también la futura sustentabilidad de este.

En diversas partes del mundo existen organizaciones dedicadas a la disciplina musical que logran integrar diversos elementos, componentes y plataformas destinadas al desarrollo y a la producción musical, sin embargo, es importante reconocer, comparativamente, la situación social, cultural, política y económica del país, para entender y notarse que, evidentemente, lo que se forma en un país no funcionará de igual manera en otro.

La variante cultural junto a la económica son factores determinantes a la hora de invertir en espacios, infraestructuras y en propuesta de nuevos productos culturales. Esto se debe a que primeramente el país, como un todo, debe contar con una cultura progresiva ante el desarrollo de nuevos proyectos culturales. Esto significa que el país apueste por el desarrollo cultural como una herramienta de surgimiento para la población, la que, conjuntamente, gracias a tal cultura, demanda constantemente la elaboración de productos, infraestructuras y espacios destinados al desarrollo de la cultura. Sin embargo, esta variante va correlacionada con la situación económica del país, ya que sin los presupuestos destinados a tales desarrollos culturales, las propuestas, proyectos y trabajos solo quedarán en, propiamente tal, proyectos e imágenes deseadas para el país.

A modo de ejemplificar lo anterior; durante la búsqueda de referencias internacionales se pudo llegar a distintos centros que imparten talleres/cursos, cuentan con salas de conciertos, entre otros servicios dentro del marco de la misma infraestructura, lo que resulta bastante similar al de la propuesta, sin embargo, estos son exclusivamente dedicados a la música docta, o más conocida como la música clásica. Estos centros o complejos, se encuentran en Alemania, Estados Unidos, Inglaterra y Francia, países que se encuentran hoy en las posiciones más favorables en cuanto a su riqueza y nivel económico (Variante económica). Bajo la misma línea, gran parte de la población de dichos países, conforman un gran mercado que demanda de forma seguida la elaboración espacios, eventos y artistas de calidad, referentes a la música clásica, independiente de las razones que motivan a esta población a inclinarse por este estilo musical, este comportamiento responde netamente a la cultura, o parte de esta, de estos países. (Variante cultural).

En relación al funcionamiento y sustentabilidad de tales organizaciones, es muy importante considerar la variante política, ya que según y en base a esta depende la correcta funcionalidad y permanencia del espacio, en definitiva de la organización en sí.

Entrando en materia el siguiente apartado analiza espacios, centros, empresas y organizaciones que se dediquen al desarrollo de artistas y obras musicales, quienes se interesen más allá de la neta producción, integrando sus actividades al perfeccionamiento (academia) y a la gestión, y consecuente, elaboración de eventos que ayuden a formar artistas de calidad. Como se menciona en capítulos anteriores, Chile no posee la infraestructura como además la coproducción necesaria para un desarrollo integral musical. Evidentemente, el país, tampoco cuenta con un espacio que logre abarcar las diversas líneas de trabajo que propone este proyecto. Pese a esto, existen ciertas organizaciones que logran entregar una oferta musical, pero de manera especializada en cada área de creación, desarrollo y producción. Misma situación que ocurre en muchos países, pero que, pese a esto, personas visionarias y emprendedoras han logrado construir espacios destinados a un desarrollo cada vez más completo de artistas musicales.

### 3.6.1 Argentina, “Peteco’s Music & Art”

En Argentina, al igual que en Chile existe una oferta individualizada para el desarrollo cultural-musical, no obstante, existen espacios dedicados al desarrollo musical. Por ejemplo, existen los llamados “Complejos Musicales”; estudios de grabación, dedicados conjuntamente a la generación de eventos musicales, como además de la formación del artista, a través del área académica.

Desde una línea muy distante a un centro cultural o un complejo musical “Peteco’s Music & Art”, es una productora de eventos que impulsa de manera muy similar, a la propuesta del proyecto, el desarrollo de artistas, bandas y obras musicales, ocupándose del crecimiento de bandas que se están iniciando en el mundo artístico-musical. Esta productora, tras años de funcionamiento y gestión, hoy cuenta con un espacio destinado a conciertos, además, de contar con un estudio de grabación. A partir de su labor, la productora, ha conseguido el nacimiento y consiguiente éxito de bandas como “Árbol”, “Los Tipitos” y “Miranda!”.

La productora “Peteco’s Music & Art” durante 17 años de funcionamiento propone como objetivo principal el desarrollo de artistas, por medio de la disposición de espacios junto a la gestión de shows nacionales e internacionales, en donde tales artistas puedan desenvolver su arte y talento. Además de contribuir espacios para eventos musicales, la productora hoy cuenta con un estudio de grabación en la localidad de San Luís, en donde las bandas que van surgiendo en el espacio puedan grabar sus obras.

Como se comentaba en un principio del adjunto, las variantes socio-culturales y político-económicas hacen que cada organización mantenga un comportamiento directamente relacionado con la situación nacional de cada país. Es por esto que, de manera consecuente, las organizaciones puedan salir afectadas, tanto positiva como negativamente, en distintas áreas y aspectos. “Peteco’s Music & Art” se mantuvo por 17 años en una zona de la ciudad de Buenos Aires, pero debido a problemas políticos, el local fue clausurado. Las causas se refieren al no querer pagar coimas que parte del gobierno, el cual pedía para mantener el local en actividad.<sup>2</sup> Sin embargo, tras un año del cierre, Jorge Gavilán, el dueño y administrador de la productora, consigue un espacio, el que abrió a principios de Abril del año 2012, el que propone, según el dueño; “tratará de la producción de shows, con clínicas de diferentes instrumentos, ya sea con artistas nacionales como internacionales. Además se integrará la fotografía y la pintura dedicada al Rock.”

El lugar de hoy cuenta con un espacio destinado a eventos musicales, con capacidad para 600 personas, se mantiene continuidad con el estudio de grabación ubicado en de San Luís, en donde ya han grabado bandas connotadas como es el caso de “Los Fabulosos Cadillac”

### 3.6.2 Uruguay, “Centro Cultural de Música”

Una referencia internacional considerada para este proyecto, es el “Centro Cultural de Música” ubicado en Montevideo, Uruguay. El cual por medio de su capacidad de gestión y su capacidad de integrar activamente las diversas líneas de formación de un artista de calidad, hoy es el principal generador de artistas de la música clásica de América para el mundo. Además de lograr conseguir dos infraestructuras de gran importancia, la cual considera salas de presentaciones, conciertos, sala de teatro y espacios de formación para músicos jóvenes y adultos. Hoy el “Centro Cultural de Música” es uno de los principales generadores de artistas de nivel internacional.

El centro nace en el año 1942 como un espacio destinado a entregar mayores oportunidades a jóvenes artistas, como también ampliar la cultural musical uruguaya. La idea se genera tras una reunión de jóvenes músicos, quienes encabezados por Héctor Tosa, logran concebir tal sueño. Como dato importante dentro de la gestión del centro, la página de Internet, dentro de la historia cuenta: “En el año 1993 funda su Filial Punta del Este-Maldonado donde lleva a cabo 6 o 7 conciertos de gran nivel, fuera de la temporada estival y de 1994 a 2005 realiza el Ciclo Musical-Auditorio del LATU en Montevideo. En el curso de su larga historia se han presentado no sólo

---

<sup>2</sup> Toda la información referida a la productora “Peteco’s Music & Art”, ya sea de su historia, gestión, actividades principales y secundarias, como además las causas del cierre del local, se desprende concluyentemente de una entrevista realizada a Jorge Gavilán, mentor, creador y dueño del espacio.

los más importantes artistas nacionales, sino que también artistas del más alto nivel internacional en gira por la región.

En este año el centro cumple 70 años de una ininterrumpida actividad en la generación de obras y artista de excelencia en lo que es la música docta/clásica, además de la realización de actividades complementarias que acompañan al desarrollo armonioso de la cultura.

Por hoy el Centro Cultural de la Música, es pionero en la gestión y el soporte de eventos relacionados al a música docta y al teatro en toda Uruguay. Bajo la misma línea el Centro otorga constantemente numerosas becas de estudios en el exterior a jóvenes talentos uruguayos, en lugares como París, Santander, Viena, USA, Buenos Aires y apoya permanentemente a gran número de músicos y estudiantes, invitándolos a sus conciertos.

### 3.6.3 España, “La Nave Producciones”

En Europa, específicamente España, existe, de igual manera, una referencia muy cercana al proyecto a realizar. “La Nave Producciones” se autodenomina como un complejo musical que propone el desarrollo de música global.

“La Nave Producciones” propone el desarrollo integral, a través de ofrecer un servicio “total” para los clientes que asistan al complejo.

Este ambicioso proyecto cuenta con una superficie de casi 2000 metros cuadrados. Este espacio se distribuye en diversas instalaciones destinadas al desarrollo de artistas y obras musicales. En su portal de Internet, la organización describe el desglose de los 2000 metros infraestructura., en donde se puede desprender la información técnica de *La Nave Producciones*.

Las instalaciones con que cuenta este complejo musical son 2 de 350 metros cuadrados para conciertos con capacidad para 450 personas cada una, un total de 22 salas de ensayo equipadas con una implementación técnica de alta calidad y tecnología. Para el área formativa, el complejo, cuenta con 3 salas destinadas para la academia a realizar talleres/clases de música moderna. También cuenta con 2 grandes salas de multiuso, además, a modo de servicios complementarios para el servicio, este complejo cuenta un estudio de grabación, cafetería y biblioteca.

La generación de proyectos del complejo musical se lleva a cabo gracias al departamento de eventos, el que cada viernes y sábado realiza eventos musicales, conciertos y/o fiestas, ya sea en la sala multiuso, o en las salas de conciertos.

.

En definitiva, La Nave Producciones es la referencia internacional que más se asemeja al perfil y objetivo general del proyecto. Dentro de sus propósitos esta generar artistas de alta calidad que logren alcanzar un estándar internacional. Poner en rescate al músico valenciano

#### 3.6.4 Proyecto Venezuela, “Complejo Musical de Acción Social por la Música Simón Bolívar”

Venezuela apuesta por la construcción de un gran complejo musical. Bajo el nombre de “Complejo Internacional de Acción Social por la música Simón Bolívar” se aprobó la futura construcción del complejo sinfónico más grande en Sudamérica. Se estima que la superficie total a construir será de más de 36.000 kilómetros cuadrados.

Este proyecto se construye por y para la “Fundación del Estado para el Sistema Nacional de Orquestas Juveniles e Infantiles de Venezuela”, organización reconocida internacionalmente como un programa único basado en las características sociales de la formación musical, contribuyendo así al desarrollo de un futuro potencial para los niños de Venezuela y América Latina.

Este proyecto se compone de dos unidades; un conservatorio de música y las salas de concierto. El conservatorio incluye aulas de clases, grandes salas de ensayo y puestos individuales. El programa restante es la administración, residencias de músicos, restaurante y cafetería, un centro multimedia y áreas de estacionamientos. La gran propuesta del centro es proyectar una génesis creativa mediante la intervención musical talentosa de artistas en la parte superior del complejo.

## CAPITULO IV: ESTUDIO DE LOCALIZAICIÓN

Por lo general, el estudio de localización, destinado a la futura implementación de nuevos proyectos, se divide en dos etapas, las que son determinar la Macro-Localización y la Micro-Localización. No obstante, este proyecto, plantea desde sus inicios y se refiere como escenario esencial la Quinta Región.

#### 4.1 Macro-localización

La localización del “Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical” se encuentra desde un principio, en gran parte, determinada. Esto se debe a que el proyecto se realiza junto y para la organización “Músicos Independientes de Valparaíso”. Si bien, dicha organización pretende expandirse y comenzar a integrar artistas de diversas regiones y alcanzar nivel nacional, la localización de este centro responde netamente, como primera instancia, a; las características y necesidades de los músicos comprendidos, hoy, en el MIV, por tanto se condiciona a realizarse en la Comuna y Ciudad de Valparaíso.

Todo lo planteado anteriormente significa que el estudio para la determinación de la Macro-localización no se aplica para el presente, ya que esta viene previamente determinada.

Tener como escenario a la ciudad de Valparaíso, no solo significa atender las necesidades y consiguientes situaciones de los artistas, sino que significa, además, realizar un proyecto en una ciudad llena de historia, cultura y escenario fiel de una gran cantidad de eventos artísticos culturales. Es una ciudad única en Chile; Valparaíso es la capital cultural del país.

##### 4.1.1 Diagnostico Sectorial de Valparaíso

Valparaíso, con una superficie de 16.396,1 kilómetros cuadrados, es la tercera región más poblada de Chile. Se encuentra situada entre los 32° 34`de latitud sur y entre los 70° 72`de longitud oeste limitando por el norte con la Región de Coquimbo, por el este con Argentina y la Región Metropolitana de Santiago; por el sur con la Región del Libertador General Bernardo O`Higgins y por el oeste con el Océano Pacífico.

Su relieve cuenta con las cuatro unidades típicas de las macroformas del relieve chileno: la franja Costera, la Cordillera de la Costa, el Valle Longitudinal y la Cordillera de Los Andes. A ello, debe sumarse la Isla de Pascua, situada en el Océano Pacífico a 3.700 Kms. de las costas chilenas.

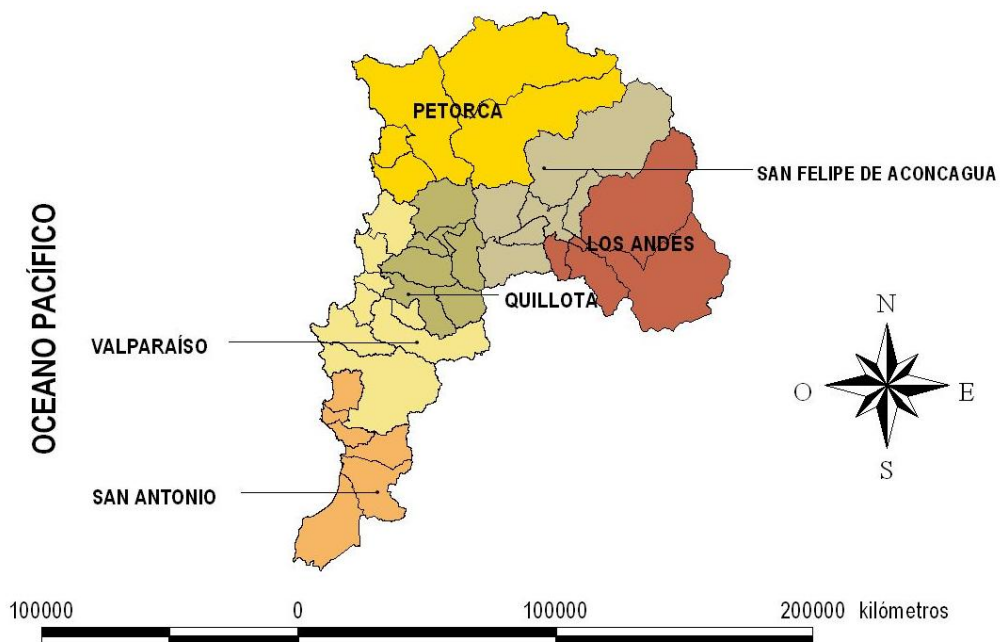
A menor distancia de la costa, a unos 670 Kms. de Valparaíso, se encuentra el Archipiélago Juan Fernández, compuesto por las islas de Robinson Crusoe, Alejandro Selkirk y Santa Clara.

La Región de Valparaíso está compuesta por siete provincias y su capital es la ciudad de Valparaíso. Las provincias que forman esta región son: Valparaíso, Los Andes, Petorca, Quillota, San Antonio, San Felipe de Aconcagua y la isla de Pascua.

El relieve continental de Valparaíso cuenta con las principales unidades orográficas que comparte con la mayor parte de Chile: las planicies costeras, de amplio desarrollo, en las que diversas dunas y playas (Algarrobo, El Quisco, El Tabo, Cartagena, San Antonio y Rocas de Santo Domingo) alternan con sectores de costa acantilada; la cordillera de la Costa, notablemente más alta al sur; varios valles transversales (Petorca, La Ligua y Aconcagua), que son unas cuencas tectónicas separadas por cordones montañosos que reemplazan a la depresión Intermedia; y la cordillera de los Andes, alta y maciza, con cumbres que sobrepasan los 5.000 m de altitud.

El mapa a continuación, muestra la división territorial de la Región de Valparaíso.

Imagen N° 1: “Mapa Región de Valparaíso-División Provincial”.



Fuente: Portal de Internet, “www.Educarchile.cl”.

La división regional de Valparaíso da nacimiento a 6 provincias, en territorio chileno, las cuales se subdividen en comunas.

A esta región le corresponde y pertenece, además, la provincia de Isla de Pascua y la última incorporación de la provincia de Marga-Marga.

Las comunas que componen cada provincia son variadas, las cuales se nombrarán, a continuación, según la provincia a la que corresponden.

- **Provincia de Petorca:** Comuna de La Ligua, Comuna de Cabildo, Comuna de Papudo, Comuna de Petorca y Comuna de Zapallar.
- **Provincia de San Felipe de Aconcagua:** Comuna de San Felipe, Comuna de Catemu, Comuna de Llay-Llay, Comuna de Panquehue, Comuna de Putaendo y Comuna Santa María.
- **Provincia de Los Andes:** Comuna de Los Andes, Comuna de Calle Larga, Comuna de San Esteban y Comuna de Rinconada
- **Provincia de Quillota:** Comuna de Quillota, Comuna de Calera, Comuna de Hijuelas, Comuna de La Cruz y Comuna de Nogales
- **Provincia de Valparaíso:** Comuna de Valparaíso, Comuna de Casablanca Comuna de Concón, Comuna de Juan Fernández, Comuna de Puchuncaví, Comuna de Quintero y Comuna de Viña del Mar.
- **Provincia de San Antonio:** Comuna de Algarrobo, Comuna de Cartagena, Comuna de El Quisco, Comuna de El Tabo, Comuna de San Antonio y Comuna de Santo Domingo.
- **Provincia del Marga Marga:** Comuna de Limache, Comuna de Olmué, Comuna de Quilpue y Comuna de Villa Alemana.
- **Provincia de Isla de Pascua:** Comuna de Isla de Pascua.

Según datos del Censo Nacional de Población y Vivienda realizado el año 2002, la región de Valparaíso cuenta con una población total de 1.539.852 habitantes, estos distribuidos en categorías sectoriales como son: Ciudad, pueblo, aldea, caserío y otras.

La tabla a continuación, del censo 2002 demuestra tales clasificaciones, además de representar el número de viviendas y su porcentaje correspondiente.

Tabla N° 2: “Resumen regional de población y vivienda por categoría, según Censo 2002”.

Categoría	Número de entidades	Población	%	Viviendas	%
Ciudad	39	1.362.077	88,5	460.445	86,4
Pueblo	31	47.825	3,1	26.275	4,9
Aldea	101	50.834	3,3	15.327	2,9
Caserío	335	27.372	1,8	9.596	1,8
Otras *	1.156	51.744	3,4	20.998	3,9
<b>Total Regional</b>	<b>1.662</b>	<b>1.539.852</b>	<b>100,0</b>	<b>532.641</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas. “Chile; Ciudades, pueblos, aldeas y caseríos, año 2005”.

El instituto nacional de estadísticas ha realizado, además, por medio de estimaciones y datos entregados por ciertas organizaciones públicas, una tabla que demuestra los indicadores básicos de la región de Valparaíso, en donde se muestra el número de nacimiento y defunciones.

Tabla N° 3: “Serie histórica de indicadores básicos de la Región de Valparaíso”.

Año	Nacimientos	Defunciones	Tasa bruta de natalidad	Tasa bruta de mortalidad	Tasa global de fecundidad
1997	25.314	9.349	16.9	6.2	2.14
1998	25.097	9.367	16.5	6.1	2.11
1999	24.546	9.748	16.4	6.3	2.04
2000	24.325	9.220	15.9	5.9	2.01
2001	23.870	9.458	15.0	6.0	1.95
2002	23.172	9.376	14.4	5.8	1.88
2003	22.481	9.851	13.8	6.0	1.82
2004	21.961	10.047	13.3	6.1	1.76
2005	22.236	9.900	13.3	5.9	1.77
2006	21.672	10.148	12.8	6.0	1.70
2007	22.659	10.913	13.3	6.4	1.76
2008	23.116	10.601	13.4	6.1	1.78

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas.

La hidrografía regional está representada por los ríos Petorca, La Ligua y por el Aconcagua. Este último, el más importante de la región, desarrolla un amplio valle de gran amplitud agrícola; es un río andino de régimen mixto, alimentado por nieves y precipitaciones, lo cual incide en las fluctuaciones de su caudal a lo largo del año.

El sector costero, cuenta con numerosos esteros que nacen en la Cordillera de la Costa y con el curso inferior de los ríos Maipo y Rapel.

La economía de la región tiene alcances en la minería, silvoagropecuaria, pesca, industria, comercio y en el ámbito forestal.

En la comuna de los Andes se encuentra la división Andina de Codelco Chile, la que realiza obras de minería del cobre, el cual es trasladado por vía férrea desde Saladillo hasta la división Ventanas de Codelco Chile, donde se procesa la materia prima en la refinería, ubicada en la costa, al norte de la comuna de Puchuncaví.

También se realiza la extracción de oro, plata, molibdeno, zinc y plomo en minerías privadas por el sector cordillerano. De igual manera, la minería no metálica está representada por la extracción de carbonato de calcio y calizas que dan origen a la industria de cemento de la calera y al total de la producción nacional de talcos y feldespatos.

El suelo de esta región es bastante favorable para la agricultura. Los más importantes canales y embalses de la región, que funcionan como agua de riego, son el de Peñuelas, Lo Orozco, Lo Ovalle, Catapilco, Chepical, Las Palmas y Pitana. De toda la producción, un 70% se destina principalmente al consumo fresco, mientras que el resto (30%) se destina a la agroindustria.

Durante estos últimos periodos ha estado aumentando la extracción de uva de mesa, es más, la región aporta el 29,7% de la producción nacional de uva, y el 30% de la producción total de duraznos. En la región se producen además kivis, nectarines, damascos, nueces, almendras, limones, paltas y chirimoyas (temporada). Por otro lado, destaca, también, la producción de legumbres, papas y cultivos orientales como el tabaco, maravilla y cañamo.

En cuanto a la pesca, la región ocupa el cuarto lugar a nivel nacional, capturando 370.000 toneladas de pescado veta, jurel y sardina. De esta carga, cerca del 85% se destina a la producción de harina de pescado. Y en relación al desembarque de moluscos, la región ocupa el cuarto lugar; desglosados en machas con 3.419 toneladas y crustáceos como el camarón (3.478 toneladas) y langostino amarillo (2.364 toneladas).

La región de Valparaíso ocupa el tercer lugar industrial luego de la región Metropolitana y la del Biobío. Se estima que el 12% de la población económicamente activa se desarrolla en este sector. Dentro de las ventajas industriales que posee la región; está el puerto, centro comercial y

financiero. Además, tiene industrias de tejido, hilado, vestuario, alimentos, chocolates, confites y tabaco. Viña del mar fabrica productos químico-farmacéuticos y artefactos de línea blanca, papel y carbón además de alimentos, hilados y tejidos.

Valparaíso importa toda clase de productos: manufacturas, automóviles, electrodomésticos y maquinaria; exporta principalmente frutales. San Antonio es exportador de cobre, varios productos agrícolas, pesqueros, automóviles, electrodomésticos y maquinaria; también importa cereales. Valparaíso tiene un sistema de comunicaciones que lo une con la capital del país y con los puntos más importantes de Chile.

La producción forestal ha cobrado relevancia en el contexto nacional. Las maderas provenientes de la región se destinan principalmente a la elaboración de madera y en menor medida a la elaboración de celulosa. El 10% de la superficie nacional está plantada, de ellos casi el 60% es bosque nativo, lo demás son plantaciones.

a) Ciudad de Valparaíso

La macro-localización determinada para el proyecto corresponde, como ya se mencionó, a la comuna y ciudad de Valparaíso en específico. Por tanto, luego de este análisis a nivel regional, ahora se realizará una pequeña introducción especializada para la provincia y ciudad de Valparaíso.

Con una superficie de 2.146,6 kilómetros cuadrados, la ciudad de Valparaíso está ubicada a 120 Kilómetros de Santiago, es la capital de la quinta región. Con las ciudades de Viña del Mar, Concón, Quilpué y Villa Alemana forma una conurbación denominada hoy como “Gran Valparaíso”.

La ciudad es heredera de un pasado histórico que le confiere una identidad única. Testimonio de esta riqueza es la heterogénea arquitectura que se observa al recorrer el plan y los cerros de Valparaíso.

Sede del Poder legislativo de la nación y declarada capital de institucionalidad cultural del país, alberga al gobierno regional y a la mayoría de las secretarías regionales del gobierno central y es asiento de la Armada de Chile, debido a lo cual es la principal oferente de los procesos de gestión y conducción en el sector público. (Ilustre municipalidad de Valparaíso, 2008)

Se estima para la comuna una población de 602.128 habitantes para el año 2010, de los cuales 338.179 (48,9%) correspondería a hombres y 353.959 a mujeres (51,1%). Según los datos del censo 2002 el 81,5 de la población de la provincia vive en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar. También se pudo concluir que la población indígena correspondió a 7.499 personas, lo que conforma el 1,2% a nivel regional.

En cuanto a la educación de las personas de la provincia de Valparaíso, se puede concluir que existe un 1,3% que nunca asistió a la escuela, mientras que un 58,7% declara haber terminado su educación (básica y media). A nivel provincial, un 14,6% ha realizado estudios universitarios, mientras que un 4,9% y un 3% han realizado estudios en institutos profesionales y en centros de formación técnica, respectivamente.

Para la comuna de Valparaíso, los datos educacionales se pueden ver reflejados en la siguiente tabla.

Tabla N° 4: “Distribución porcentual, último nivel aprobado enseñanza formal, comuna de Valparaíso”.

<b>Nivel de Aprobación</b>	<b>Comuna de Valparaíso (%)</b>
Nunca asistió	1,2%
Básica/Primaria	30,7%
Media Común	30,7%
Centro de Formación Técnica	2,8%
Instituto Profesional	4,8%
Universitario	11,9%
Otras	11,0%
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración Propia. Datos de “Boletín estadístico Regional”, Región de Valparaíso, año 2011.

En relación a materia económica, la mayoría de las personas de la provincia de Valparaíso, se dedica a la industria manufacturera como principal actividad económica.

El dato mencionado anteriormente y el resto de actividades realizadas por esta población se puede observar en la tabla a continuación.

Tabla N° 5: “Promedio de ocupados por rama de actividad económica, provincia de Valparaíso, nueva encuesta nacional del empleo, año 2010”

Actividad Económica	Ocupados	O/TO (%)
Agricultura, caza y pesca	3.534	1,2
Minas y canteras	3.962	1,4
Industria manufacturera	30.859	10,5
Electricidad, gas y agua	2.269	0,8
Construcción	27.154	9,3
Comercio	77.376	26,4
Transporte y comunicaciones	27.064	9,2
Servicios financieros	22.797	7,8
Servicios sociales, comunales y personales	97.964	33,4
<b>Total</b>	<b>292.979</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Boletín Estadístico Provincial, Región de Valparaíso, año 2011. Datos, INE, Segunda encuesta nacional de empleo.

Como se puede observar el promedio de los ocupados en la provincia de Valparaíso, el año 2010, alcanzó a 292.977 personas, de las cuales el 33,4% (97.964 personas), se desempeñó en la actividad económica Servicios sociales, comunales y personales; el 26,9% (77.376 personas), en Comercio; y el 10,5% (30.859 personas), del total de ocupados, desarrolló labores en Industria manufacturera.

#### 4.1.2 Contexto Histórico-social, Valparaíso.

Valparaíso es una de las ciudades más antiguas de Chile. Sus orígenes se remontan a 1.536 y por su calidad de principal puerto del reino ejerció un papel determinante en el proceso de emancipación nacional.

La ciudad de Valparaíso se caracteriza por su tipo de tipografía, en donde el mar es escenario de ostentosas tierras, las que conforman en la actualidad un total de 44 cerros, a esta característica geográfica se le ha conocido por mucho tiempo como el “anfiteatro natural”. El cual se conforma

entre estrechas calles, largas escaleras, callejones colindantes con otros y nuevos cerros de la ciudad. Los que guardan en su memoria años y años de historia y acontecimientos.

Tras la independencia de Chile y el decreto de libre comercio, la ciudad de Valparaíso se comienza a convertir en el puerto principal del Pacífico Sur, con el Estrecho de Magallanes como único paso entre los océanos. Así Valparaíso pasó a ser una ciudad pionera, se convirtió en un polo de atracción para los visitantes y un polo comercial para nuevos inversionistas, generando consiguientemente la inmigración de muchos santiaguinos, pobres del campo y personas de todo el mundo, especialmente Europa.

En el siglo XIX acogió a sucesivas oleadas de inmigrantes, lo que confirió a Valparaíso un carácter cosmopolita y pluralista, en un país que debido a formidables obstáculos naturales desarrolló por siglos un carácter insular y monopolístico desde el punto de vista cultural.

Valparaíso se transforma en una ciudad cosmopolita sobre la cual todos quisieran llegar, se caracteriza por gran fortuna, escenario preferido por marineros que van y vienen y la loca bohemia del puerto hace sus estragos, que dicen, “Era como llegar a New York”.

Sin embargo, todo este apogeo que posicionaba a Valparaíso como una de las ciudades más prometedoras de Sudamérica y el mundo, se ve truncado con el 15 de Agosto de 1914, cuando se construye el “Canal de Panamá”. Desde su inauguración hasta el día de hoy el canal de Panamá ha tenido un efecto de amplias proporciones al acortar tiempo y distancia de comunicación marítima, dinamizando el intercambio comercial y económico al proporcionar una vía de tránsito corta y relativamente barata entre los dos océanos, influyendo decisivamente en los patrones del comercio mundial, impulsando el crecimiento de los países desarrollados y proporcionando el impulso básico para la expansión económica de muchas regiones remotas del mundo. En la actualidad Estados Unidos y China son los principales usuarios del Canal.

Desde entonces, Valparaíso comienza a decaer poco a poco. Por otra parte se descubre el salitre sintético, lo que ayuda en gran medida a este decaimiento de la ciudad, en la cual se comienzan a desaparecer comercios, se cierran bancos y muchos emigran a otras partes. Se instala la pobreza, los vicios y la mala vida, solo quedan aquellos burdeles y negocios de mala categoría, como además se presenta el comercio ilegal, con esto llega una crisis definitiva para la ciudad.

No obstante, con el pasar del tiempo Valparaíso comienza a levantarse paulatinamente, pero nunca con el éxito y triunfo de aquellos años. Hoy sigue siendo una ciudad cosmopolita, es estable y el centro de la cultura nacional, aunque con muchos problemas sociales a resolver.

#### 4.1.3 Contexto Artístico-cultural

El 2 de Julio del año 2003 con una votación unánime, el Comité Ejecutivo de la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Cultura y la Ciencia, UNESCO, resolvió declarar a Valparaíso como “Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad”.

La protección y el enriquecimiento de los bienes que integran el patrimonio, constituyen una obligación de colaboración para su resguardo, que vincula a la comunidad aledaña a éste, poderes públicos e incluso al turista que visita la zona declarada Patrimonio de la Humanidad.

Las áreas declaradas patrimonio, expresan valores de culturas urbanas tradicionales. Hoy muchas de estas se encuentran amenazadas, degradadas físicamente, dañadas o destruidas producto del impacto del desarrollo urbano que resulta de la industrialización en las sociedades.

Dentro de estas áreas declaradas patrimonio, se estructura y emplaza el casco histórico de la ciudad de Valparaíso. El cual contempla casi toda la cuenta porteña, abarcando desde el borde costero hasta sur y el cerro Playa Ancha, hasta el borde costero oriente y los cerros Barón y Lecheros.

Según, el portal creado por el Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso, de turismo y patrimonio, “ciudadevalparaiso.cl” a cargo del la Ilustre municipalidad de Valparaíso, a lo largo de la historia de esta ciudad se ha interactuado con diversos agentes culturales, es decir, la composición de Valparaíso, desde el ayer viene detonada por el intercambio y el desarrollo cultural.

La información del portal de internet declara: “En 1984 Willian Helsby se instaló en Valparaíso para trabajar como daguerrotipista. Por esa misma época, la inglesa Mary Gramh describía en sus cuadernos la convivencia de distintas colonias en el Puerto, y a principios del siglo XVIII, John Searl pintaba sus paisajes...”

Sin embargo, esta vocación cultural de la ciudad puerto, no ha cesado con el tiempo, ya que por acá han pasado artistas como: Rubén Darío, Pablo Neruda, Mauricio Rugendas, Camilo Mori, el mítico personaje y dibujante Lukas, el fotógrafo Antonio Quintana, entre tantos otros.

Entre el año 1950 y 1960, se hace presente y popular la llamada “Bohemia” porteña, gracias a la presencia de los estibadores y la llegada constante de marineros en la ciudad, quienes se instalaban de forma casi inmediata en los bares y burdeles dispuestos en el barrio puerto, dando origen a una cultura muy popular y características de la ciudad, hasta el día de hoy.

No obstante, la cultura porteña, está caracterizada, además, por los diversos contrastes que se dan en la ciudad. Por los años 90 se realiza un proyecto artístico en la ciudad “Museo de Cielo Abierto”, en donde 20 artistas pintores nacionales, homenajean a Valparaíso plasmando sus obras en las calles del cerro Bellavista.

En definitiva, todas las aristas conjugadas en la ciudad, hicieron que luego de un arduo proceso de postulación, el cual se debió realizar dos veces, el año 2003 Valparaíso fuera declarada como Ciudad patrimonio de la Humanidad, otorgándole, además, el título de Capital Cultural del País.

Este título se funda, hoy en día, sobre una extensa cartelera artística que se realizan mes a mes. En donde destacan “Valparatango”, “El festival de Cine de Valparaíso” “Danzalborde”, “La Cumbre Guachaca” el carnaval “Mil Tambores”, entre otros.

Es importante destacar que, además, la ciudad cuenta con diversas organizaciones culturales independientes, encargadas de entregar y generar eventos y presentaciones artísticas culturales para la comunidad y la ciudad de Valparaíso, en fomento a la cultura.

#### 4.2 Micro-Localización

Una vez establecida o concluida la Macro-localización, la cual no requirió un estudio, se debe comenzar a, entonces a ver los espacios o lugares en donde se puede implementar, de manera concreta, el proyecto. Para poder determinar la Micro-localización, se realizará y aplicará la herramienta denominada como: “El método de los Factores Ponderados”.

La ciudad de Valparaíso no cuenta, hoy en día, con bastantes y diversos espacios para poder generar proyectos de esta magnitud, es más, los espacios disponibles que existen se deben, lamentablemente, al deterioro y abandono de algunos inmuebles o el surgimiento de catástrofes que han afectado a otros, es por esto que la ubicación del proyecto a implementar, debido a sus dimensiones y características, se limita netamente a la disposición de espacios que hay en la ciudad.

Los espacios, de gran dimensión, que se encuentran disponibles actualmente en la ciudad de Valparaíso y que cumplen con las características básicas estructuradas para el proyecto a implementar son: El Edificio “Subercaseaux” ubicado en calle serrano, el sitio eriazo de calle serrano, producto de la explosión de febrero 2010 y como tercera opción esta la ex maestranza y la antigua tornamesa, ubicada entre la avenida España y el muelle barón.

Por lo tanto, para la aplicación del método de los factores ponderados fue necesario entablar los tres espacios, sobre los cuales se establecieron factores, a los cuales se les otorgaba un valor.

Una vez realizado esto, se les estimaba una calificación, desde la perspectiva de quién está a cargo y realiza el proyecto, a cada uno de los espacios o inmuebles considerados. Luego que se establecieron ambas directrices, el valor otorgado al factor se multiplica por las clasificaciones estimadas a cada lugar. Este proceso se puede ver en la siguiente tabla.

Tabla N° 6: “Estudio de localización; método de los factores ponderados, Edificio Subercaseaux, Sitio eriaz de calle serrano y Antigua tornamesa”.

Factor	Peso	Calificaciones (100)			Calificaciones Ponderadas		
		P. Subercaseaux.	Sitio, Calle Serrano	Tornamesa	P. Subercaseaux.	Sitio, Calle Serrano	Tornamesa
Accesibilidad	0,15	80	80	50	12	12	7,5
Sistema Transporte	0,11	70	70	50	7,7	7,7	5,5
Entorno Cultural	0,14	60	60	50	8,4	8,4	7
Afluencia de Personas	0,05	60	60	45	3	3	2,25
Seguridad	0,15	40	40	40	6	6	6
Estacionamiento	0,05	70	70	30	3,5	3,5	1,5
Tamaño espacio	0,12	50	40	60	6	4,8	7,2
Costo Instalación	0,15	40	40	40	6	6	6
Instalación eléctrica	0,04	60	40	30	2,4	1,6	1,2
Ductos de Agua	0,04	60	40	40	2,4	1,6	1,6
<b>Total</b>	<b>1</b>				<b>57,4</b>	<b>54,6</b>	<b>45,75</b>

Fuente: Elaboración propia.

La tabla anterior concluye que, según los factores considerados y el peso asignado, en base a la importancia que forman para la composición del proyecto, el edificio o ex Palacio Subercaseaux es el lugar preferible para la implementación del área del proyecto.

En conclusión, la localización determinada para el área del proyecto es la región y comuna de Valparaíso, Calle Serrano N° 353.

#### 4.2.1 Calle Serrano, Edificio Subercaseaux.

El edificio o ex palacio Subercaseaux fue construido el año 1895, para el año 2001 el edificio fue calificado con valor histórico-artístico. Lamentablemente la infraestructura, en el verano del año 2007 sufre un accidente junto a otros aledaños al sector patrimonial.

Un escape de gas genera una explosión de grandes magnitudes, la que deja como consecuencia un terreno baldío, ciertos edificios abandonados, varios comerciantes sin sus fuentes de ingreso, mientras que la fachada del edificio Subercaseaux es lo único que resiste tal impacto, por estos días la infraestructura logra mantenerse en pie gracias a unos pilares metálicos que apuntalan la estructura desde su interior.

Una vez sucedido el accidente, la calle Serrano permanece cerrada hasta varios meses por temas de reparación. La calle Serrano fue reabierta gracias a un proyecto del ministerio de vivienda y urbanismo el que tuvo un costo de 300 millones de pesos. Hoy adoquines, baldosas, 30 iluminarías dados de segregación para vehículos, mobiliario urbano y el soterramiento del cableado eléctrico

En el año 2010 nace el proyecto “Puerto Viejo” como una iniciativa municipal que pretende concentrar inversiones en el Barrio Puerto. Gracias a este proyecto se establece un plan estratégico de inversiones turísticos y de servicios, principalmente en el área de la hotelería y la gastronomía. Licitación de un estacionamiento subterráneo bajo la plaza Echáurren.

Pese a las nuevas propuestas planteadas para el sector patrimonial, el Consejo de Monumentos Nacionales manifiesta su rechazo a que tal sector cambie su esencia por medio de proyectos que responden a temáticas más comerciales, en vez de culturales.

Imagen N° 2: “Edificio Subercaseaux, Estado Actual”



Fuente: Diario “El Mercurio”.

a) Especificaciones del Edificio

Propiedad Rol: 65-1

Dirección Serrano: N° 353

Propietario: Municipalidad de Valparaíso, Alcalde Jorge Castro.

Dimensión: 1.184 metros cuadrados.

Distintivos: Edificio Palacio Subercaseaux, dos niveles, sin subterráneo.

## CAPITULO V: DESCRIPCIÓN Y LINEAMIENTOS DEL CENTRO

## 5.1 Naturaleza del Proyecto

El Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical nace con el objetivo de nutrir y poner en valor la música regional, y en especial énfasis, la música emergente (independiente). Hoy en Chile existe un gran número de artistas y bandas musicales que, si bien no han podido generar obras de connotado éxito, permanecen día a día dedicando tiempo, esfuerzo y dinero en continuar con la realización y concreción de sus distintos proyectos musicales.

Para poder llevar a cabo la materialización de los proyectos de cada artista y banda musical, la región y el país requiere contar con diversos recursos que permitan un buen desarrollo de la industria musical nacional. Los recursos van desde recursos físicos a hasta humanos, ya que para poder desarrollar tal industria, se requiere de una amplia plataforma, infraestructuras, equipamientos, instancias de desarrollo, como además de profesionales a cargo de la industria musical, se requieren de profesionales para que guíen, desde sus conocimientos y experiencias, la carrera de artistas emergente y profesional, si es necesario, que guíen además la elaboración y concreción de sus proyectos, metas y propuestas.

En Chile, lamentablemente, la infraestructura cultural no alcanza a ser suficiente para la demanda cultural a nivel nacional. La situación empeora aún cuando se fija la atención en la infraestructura cultural-musical, ya que, si bien, existen salas de ensayo, estudios de grabación, entre otros componentes necesarios para la creación de la obra musical, las bases musicales del artista no siempre son las adecuadas, además la calidad del producto musical suele también no ser el más óptimo. Siguiendo la misma línea, dejando a un lado el tema netamente estructural, son pocos los profesionales dedicados al sonido, la acústica y a la producción musical, considerando que estas carreras son relativamente nuevas, ya que no superan los 10 años.

Como se puede concluir, las carencias en cuanto a los componentes y agentes a intervenir en la industria musical, son muchas y es, específicamente a partir de estas carencias, en base a lo que se estructura la composición del Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical. Dentro de la estructuración de este proyecto general, se propone como principal objetivo y función entregar espacios y diversas líneas de desarrollo en fomento a la Industria musical de la región de Valparaíso, para así, poner en valor el arte fonográfico.

Poner en valor la música regional y nacional significa, bajo una visión futura, que el artista ocupará de generar obras y proyectos de alto estándar desde sus inicios formativos como músico, ya que la industria musical funcionará como un todo generador de elementos de calidad y servicios estructurados especialmente en el fomento de la industria.

Es a partir de esto que se propone para el desarrollo de la industria y del artista, un tratamiento integral, es decir, el músico debe tener, de antemano, conocimiento de las bases del arte en cuestión, un perfeccionamiento vocal e instrumental, conocer y entender las vanguardias

musicales, como además debe entender la importancia de profesionalizar su arte, y también desarrollar un producto de calidad, además de la oportunidad y espacio de exponer su arte.

En base a todo lo anterior, es que se fundamenta la estructuración del Centro Integral.

## 5.2 Perfil del Proyecto

La música, como arte, es el único arte que puede llegar a todas las personas, logra conmover y generar una reacción social en las personas. Bajo esta perspectiva, el Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical ve la música como un elemento integrador de la comunidad.

Por lo tanto, si la música es capaz de llegar a las personas, esto se traducirá en el alcance del Centro Integral en sí, en la medida que este sea un constante generador de obras y proyectos. Acá la comunidad receptora del proyecto puede interactuar directa o indirectamente con cualquiera de las líneas de trabajo que propone el centro.

Ahora bien, el centro propone la integración y en lo posible la menor segmentación posible del público al cual se enfoca. Sin embargo, existen algunas estructuras y especificaciones que realizan en, poca medida, una determinación del público y del perfil a optar desde la perspectiva del centro.

Se concluye entonces, que el Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical está destinado a artistas, bandas o grupos que se están iniciando en la formación profesional del área musical, artistas que se denominan comúnmente como “emergentes” como también profesionales. Los artistas y bandas deben ser personas que posean un perfil creativo, y un repertorio original, ya que el centro margina completamente aquellos artistas y/o bandas dedicadas a realizar “tributos”. Es decir, el centro formará a artistas y producirá obras de artistas y bandas exclusivamente originales y no de bandas que representan y cantan canciones de otros artistas, ya sea en calidad de “cover” o “tributo”.

En relación a lo anterior, el centro si propone el desarrollo y materialización de obras y proyectos musicales de otros artistas, que se generen como y en rescate del patrimonio tangible musical.

### 5.3 Aspectos Estratégicos

El centro integral, al igual que otras organizaciones, nace con el fin de satisfacer ciertas necesidades de un mercado determinado. Para poder determinar, en una instancia próxima, las estrategias a seguir, es necesario elaborar un resumido plan ejecutivo que contemple el corto, mediano y largo plazo. Para poder plantear esto, se deben establecer la visión, misión, los objetivos, entre otros a conseguir. Esto se realiza con el fin de entablar las bases sobre las cuales se elaborará la planificación estratégica del proyecto.

#### 5.3.1 Visión

Ser el primer centro de producción musical, dedicado al desarrollo sustancial e integral de artistas regionales y nacionales, pionero en la gestión y concertación de proyectos culturales musicales, que logre posicionar a Valparaíso, a nivel nacional e internacional, como capital trascendental dentro de la industria musical.

#### 5.3.2 Misión

Generar obras y artistas musicales de alto nivel nacional e internacional, proporcionando el apoyo y asesoramiento, como también la disposición de una plataforma de gestión y técnica necesaria para la producción musical, destinada a artistas emergentes de la música nacional como también a artistas profesionales. Utilizando de manera constante la música como elemento integrador de la comunidad.

#### 5.3.3 Objetivo General

Generar un fomento a la industria musical nacional, por medio de la integración y entrega de las diversas herramientas, instancias, equipamientos y la infraestructura necesaria de calidad, a disposición y para el desarrollo de artistas emergentes y profesionales de la ciudad de Valparaíso y del país.

#### 5.3.4 Objetivos Específicos

- Disponer de espacios equipados para el desarrollo de obras musicales y audiovisuales.
- Disponer de espacios para el desarrollo y esparcimiento del artista musical en donde representar sus obras.
- Contemplar los mejores y/o destacados profesionales en el área de producción musical, sonido, acústica, entre otros, para encargarse de dirigir y guiar el trabajo de los artistas.
- Contemplar personas dedicadas netamente a un área específica, definida en los talleres a impartir por el centro o bajo el marco de este.
- Contar con implementación técnica de alta calidad en todas las áreas requeridas del proyecto, para la generación de obras musicales y audiovisuales.
- Generar alianzas estratégicas con las escuelas de arte de las universidades estatales y privadas, como también con aquellas carreras relacionadas con el arte, la cultura, la producción y gestión cultural.
- Crear una red social que integre a profesionales directamente relacionados con carreras u oficios que sigan la línea del proyecto.
- Generar alianzas estratégicas con los principales centros y espacios generadores de eventos culturales de la región de Valparaíso y región metropolitana.
- Contar con un equipo especializado en la administración y gestión de proyectos.

#### 5.3.5 Valores

- Compromiso con la comunidad creadora-participante del centro, como con la comunidad receptora del mismo. El compromiso se verá reflejado en la forma de involucrarse en los proyectos, necesidades y peticiones por parte de los artistas que forman parte interna o externa del proyecto.
- Calidad, la que va directamente relacionada con el compromiso, generar compromiso de generar obras, junto a los artistas, de un característico nivel de calidad.
- Empatía con los artistas que no puedan generar sus proyectos musicales en otros lugares como en el centro.
- Confianza entre los distintos departamentos del centro y el equipo completo que lo compone.
- Responsabilidad en los proyectos, planes y funciones de cada área incorporada en el centro, generando los mayores grados de eficiencia en el desempeño del trabajo.

## 5.4 Marca

La marca a utilizar en el proyecto es la correspondiente a la de la organización sobre la cual esta realizando este trabajo completo.

Los músicos independientes de Valparaíso tienen una marca bastante llamativa, la que esta compuesta por un isotipo y un logotipo, los cuales siguen el patrón musical y patrón de colores uniforme.

Imagen N° 3: Marca, organización Músicos Independientes de Valparaíso.



Fuente: Músicos Independientes de Valparaíso. Otorgada por el presidente: Ricardo Lira.

### 5.4.1 Logotipo

El logotipo de la marca presentada corresponde al nombre propio de la organización: Músicos Independientes de Valparaíso, la cual está escrita con letras mayúsculas de color rojo. A un costado derecho bajo del isotipo.

Imagen N° 4: Marca, organización Músicos Independientes de Valparaíso.



Fuente: Músicos Independientes de Valparaíso. Otorgada por el presidente: Ricardo Lira.

#### 5.4.2 Isotipo

El isotipo de la organización hace referencia a un cable conector de algún instrumento o equipo sonoro, el cual forma la sigla MIV. Este, es de color negro y en su terminación se ve la estructura conectora del cable. El punto ortográfico que compone la letra i de la sigla, está formado por círculos de color negro, blanco y rojo, haciendo referencia a las ondas sonoras.

Imagen N° 5: Marca, organización Músicos Independientes de Valparaíso.



Fuente: Músicos Independientes de Valparaíso. Otorgada por el presidente: Ricardo Lira.

#### 5.5 Estructuración del Proyecto

Al detectar los diversos elementos que conjugan en la situación actual referente a la arista de “participación” y “consumo” de las distintas expresiones artísticas musicales junto a las necesidades reales expresadas por el colectivo musical “MIV”, se produce la estructuración general del proyecto, la cual permita incluir toda aquellas áreas que puedan suplir, de alguna u otra forma, en mayor medida las necesidades reales y concretas de los artistas pertenecientes a la industria musical, dando forma a un componente musical completo, esto es dirigido a la creación de obras, proyectos, ciclos y artistas musicales de alto nivel y que cumplan con un estándar de calidad.

Para la proporción de todos estos procesos y elementos generadores de obras y artistas musicales, el Centro integral de Desarrollo y Producción Musical, se especializa en la entrega de servicios, estructurados por áreas y espacios, tales como; estudio de grabación destacado por su estándar de calidad en tangibles como intangibles, espacios para el perfeccionamiento de bandas musicales, bajo el constante asesoramiento de profesionales ligados a la producción musical y a las áreas técnicas de producción, disposición de talleres para la enseñanza y/o perfeccionamiento del artista, un área de investigación y desarrollo en la Luthería, espacios para la reproducción musical en formato de conciertos, como además áreas de venta de instrumentos, obras generadas por el centro y de posibles instrumentos desarrollados por el área de Lutheria, y por último se entrega, además, un espacio; como es el café directamente relacionado con las expresiones musicales; espacio de esparcimiento y exposición.

Para una organización y estructuración, propiamente tal, de los espacios a disponer por el Centro Integral, el proyecto se ordenará bajo una estructuración metodológica, la que da como resultado la discriminación de 4 áreas de funcionamiento. Las áreas de funcionamiento, ayudan al proyecto a integrar aquellas unidades que pueden interactuar de manera conjunta dentro de un espacio estructural y organizacional.

Estas 4 áreas cuales responden de manera especializada, pero a la vez, correlacionadas, con los objetivos y metas propuestos para el proyecto en general, asimismo, estas áreas son capaces de interconectar la integralidad, la eficiencia y la pro-actividad entre las herramientas, espacios y equipamientos, profesorado, personal y servicios en general a ofrecer/entregar por el Centro Integral, a disposición de artistas emergentes y profesionales, como a la comunidad receptora de la ciudad de Valparaíso.

En definitiva estas cuatro áreas son: el Área de Creación y Perfeccionamiento, el Área de Extensión y comercialización, el Área de Investigación y Formación y el Área de Fabricación.

El área de creación y perfeccionamiento hace referencia directa con el espacio destinado a la creación concreta/tangible de obras y proyectos musicales, área que de igual manera, se ocupa de los correspondientes procesos de pre-producción, producción y post-producción; en este último caso, se integra la obra audiovisual como elemento complementario de la industria musical. Es decir, el Centro integral, se encargará de la post-producción de obras audiovisuales, las que requieren edición e incorporación de piezas musicales.

En el Área de Creación y Perfeccionamiento se integran los espacios de; Estudio de Grabación, Sala de ensayo (pre-producción) a modo de perfeccionamiento y la Sala de Post-Producción Audiovisual.

Es importante destacar que esta área se acompaña, complementariamente, y realiza sus procesos con el constante asesoramiento y guía de profesionales, quienes estarán a cargo de las tres unidades a conjugar en dicha área. Es más, el centro propone como sus objetivos alcanzar la realización de obras de calidad, lo que efectivamente requiere realizar un trabajo de la mano con profesionales especializados en la materia de producción musical. Bajo la misma línea, las salas de ensayo con las que contará esta área del proyecto serán destinadas, de igual manera, a realizar el perfeccionamiento vocal, instrumental y musical en general de los artistas y bandas, todo esto como un proceso de pre-producción para así luego poder ser derivados a la grabación de las obras musicales, ya sean estas en formato de Cd o en disco de Vinilo.

Por su parte, el área de Extensión y Comercialización corresponde al área que tendrá el contacto directo con el público, debido al tipo de servicio que esta área entregará. Esta área se encargará de la gestión, producción y concreción de eventos musicales, como además de entregar los espacios para la exposición, presentación y consiguiente formación y desarrollo de los artistas.

El área de Extensión y Comercialización tendrá los siguientes espacios o unidades: El espacio de Exposición; con la unidad de Sala Exposición Audiovisual, Sala de Exposición Artística, Sala de Conciertos, Espacio de Comercialización y Espacio de Esparcimiento.

El espacio de comercialización concierne la agrupación de dos espacios en particular; un punto de ventas y un café interactivo musical. El punto de ventas, por su parte, abarca la venta de instrumentos, venta de obras, ya sean cd's, vinilos y/o archivos que se generen desde el centro, como es también, obras de otros artistas y bandas. La incorporación del café responde a entregar, además de un espacio de recreación, un punto de encuentro y goce para las personas que por alguna motivación u otra hagan ingreso al centro, sean estas artistas o comunidad participante.

El espacio de exposición, por su parte, integra, los espacios tanto internos como externos dedicados a exponer las obras, indistintas a su formato. Es decir, en las salas de exposición se podrán soportar exposiciones de obras artísticas de todas las áreas integradoras de la música, salas de conciertos para 400 y 100 personas, como además, una sala de exposición audiovisual como obra complementaria de la industria y de la obra musical.

El área de Formación e investigación, integra los espacios destinados a la formación complementaria de artistas en cuanto a aspectos no considerados en las actuales academias y/o universidades con especialidades en música y su producción, como además los espacios de investigación referidos a archivos, documentos, y el desarrollo de la Luthería.

En el área de Formación e Investigación se integran los siguientes espacios: Espacio de Talleres, Espacio de Laboratorio Luthería y el Espacio de Archivo y Mediateca.

El área de Fabricación corresponde a aquella área que materializa los trabajos realizados por el estudio de grabación, y las obras audiovisuales derivadas a la post-producción. Esta área contará con el espacio de; Prensado de discos de Vinilo y la Duplicadora de CD y DVD. Este último formato se utilizará para aquellos proyectos audiovisuales, como también para aquellos proyectos musicales de gran nivel que quisieran realizar un seguimiento del trabajo completo.

#### 5.5.1 Líneas de servicios (acción - trabajo)

Si bien, las áreas recién delimitadas dictan las unidades o espacios con los que contará el Centro en general, a continuación se especificarán las líneas de servicios, unidades y espacios que ofrece cada área, además de aclarar las características, funciones y tareas que cada una debe cumplir.

### 5.5.2 Área de Creación y Perfeccionamiento

#### a) Salas de Perfeccionamiento/Salas de Ensayo

Las salas de ensayo o perfeccionamiento responden directamente al perfeccionamiento de las bandas y el artista musical. En directa y antecesora relación con el estudio de grabación, las salas de perfeccionamiento o ensayo cumplen la función de entregar un espacio de representación musical, en donde las bandas reproduzcan sus obras siempre en conjunto con profesionales, quienes dirigirán y perfeccionarán los proyectos musicales.

Esto se realizará con bandas y/o artistas solistas emergentes y profesionales que previamente hayan decidido y confirmado la posterior grabación de sus obras en un ejemplar, ya sea este en formato de Cd o Vinilo.

Evidentemente, las salas requieren estar en uso constante para así mantenerlas y que estas también generen un ingreso permanente para esta área del proyecto. Es por esto que las salas de perfeccionamiento, una vez que se encuentren sin proyectos de por medio, podrán ser utilizadas, como salas de ensayo, bajo la modalidad de arriendo, para bandas y/o artistas, las cuales podrán estar guiadas por profesionales si es que los artistas así lo prefieren.

#### b) Estudio de Grabación

El estudio de grabación nace para el proyecto como el aparato propulsor, ocupado de materializar la gestión, el perfeccionamiento y un largo proceso de esfuerzo dirigido bajo componentes que se basan en la creación de un producto de calidad. Este estudio de grabación se caracterizará por contar con una implementación técnica de muy alta calidad y de última tecnología, equipamientos con los que, incluso, actuales estudios no cuentan.

Quienes estarán a cargo y les corresponderá el uso de tal implementación serán personas netamente profesionales de la producción musical, ingenieros en música, profesionales en sonido, acústica, entre otras, carreras u oficios que se relacionan directamente con la línea de trabajo que requiere un estudio de grabación.

Una característica importante que tendrá el estudio de grabación es la materialización de discos de Vinilos. El vinilo se traduce como un elemento y componente muy importante en la industria musical, ya que este se relaciona, en la actualidad, con obras de artistas y bandas destacadas y

talentosas. Para esto centro puede funcionar como el claro reflejo de un trabajo de alta calidad, en relación a la vocalización, instrumentalización entre otros componentes de la obra musical.

c) Estudio Audiovisual (Post-Producción)

El estudio de creación audiovisual nace como elemento complementario de la obra musical. Los proyectos musicales que se puedan desarrollar dentro del centro tendrán la opción de incorporar a la lista de proyectos, la elaboración de una obra audiovisual. Sin embargo, esta principal función, no condiciona al área de creación audiovisual, a realizar proyecto directamente relacionado con artistas propios del centro o que sean parte de algún proyecto de este, sino que se pueden generar obras para terceros, quienes requieran como complementación de un plan u obra la elaboración de un proyecto audiovisual.

### 5.5.3 Área de Extensión y Comercialización

a) Espacio Sala de Conciertos (Mediana)

El centro integral, propone como área de exposición musical la incorporación de una infraestructura destinada a la producción de conciertos, la cual debe estimarse considerar una capacidad de 400 personas aproximadamente.

Este espacio de presentación y exposición artística está destinado como un espacio de desarrollo de artistas y bandas que pertenezcan al centro integral como también a aquellos artistas anexos a este. La sala será un espacio, que también estará destinado a la producción de conciertos de bandas y artistas reconocidos, a modo de ser un constante generador de eventos que puedan ir potenciando y posicionando al centro integral.

Por otra parte la sala puede ser utilizada por terceros, bajo la modalidad de arriendo. Esto se concretará siempre y cuando la sala tenga disposición en el tiempo determinado requerido y, además, que el evento a realizar responda a los términos estipulados para poder ser utilizada, ya que la sala de exposición se limitará a desarrollar eventos y proyectos netamente que respondan a la línea de representación musical.

b) Espacio Sala de Exposición

El espacio de exposición corresponde a aquel espacio destinado a la exposición de obras y/o piezas artísticas de cualquier disciplina que utilicen o hayan utilizado la música como temática principal y como elemento integrador e inspirador. Es decir, las exposiciones a presentar a cualquier arte o disciplina artística, siempre y cuando las obras creadas se creen bajo el elemento musical, como medio, como inspiración o como elemento complementario.

En cuanto al concepto de “cualquier disciplina artística” se refiere a integrar y contar con exposiciones de todas las artes, como serán exposiciones fotográfica, literaria, audiovisual, danza, de pintura, teatral, entre otras expresiones artísticas que utilicen la música como medio de inspiración o temática central. Ejemplo; una exposición fotográfica puede abordar temas musicales cuando exponga, una muestra de conciertos, eventos musicales que se desarrollen a lo largo del país, una muestra con un registro de artistas del pasado y presente, exposiciones de eventos de épocas antiguas que hayan sido registrados en la historia de la música nacional, entre tantas otras temáticas fotográficas que integren la música.

c) Sala de Exposición Audiovisual

La temática audiovisual se integra al proyecto como un arte complementario a la obra musical. Sin embargo, su integración al proyecto responde, de igual manera a contar con la infraestructura necesaria y de calidad para la exhibición de obras que respondan al género cineasta/audiovisual. Es decir, nace como un derivado genérico de la sala de exposición, ya que al considerar obras de todas las artes, se considera, consecuentemente, el formato audiovisual y musical, obras que requieren de una infraestructura especial para poder ser expuestas. Es por esto, que nace la sala de exposición audiovisual.

d) Sala de Conciertos (pequeña)

Esta sala tendrá una capacidad para 100 personas, la que contará con un sistema y equipamiento necesario y de calidad para llevar a cabo las presentaciones. Igualmente se propone los mismos estándares para el sistema sonoro a cargo de representar las obras audiovisuales.

e) Espacio Diseño Gráfico

El espacio de diseño gráfico es una unidad que debe ir ligada con las creaciones de los músicos y la imagen a proyectar por estos mismos. Claramente, cada creación tangible requiere de una edición de diseño gráfico. En el caso de los cd's y discos de vinilo, se requiere de un trabajo de diseño en las carátulas, y, si es que el o los artistas así lo desean, en el cancionero, que viene inserto en la misma carátula de los cd's.

Para aquellos tangibles en formato de Dvd, es necesario contar de igual manera con un trabajo de diseño gráfico. Los proyectos audiovisuales, ya sean proyectos de seguimientos (proyectos de largo tiempo) o proyectos de tipo "Video Clip" de la banda o artista, requieren de una edición la cual debe estar a cargo de una unidad de diseño gráfico. Por tanto este espacio de diseño es muy importante para poder así graficar la imagen proyectiva de los artistas y del centro en general.

f) Espacio Punto de Ventas

El punto de venta se integra al proyecto como un servicio dirigido a complementar los diversos requerimientos de la figura artística. Si bien, el centro cumple con los requerimientos esenciales para la formación y desarrollo del artista; infraestructura, implementación técnica, espacio de exposición, también se requiere de un buen asesoramiento al momento de comprar los instrumentos, los cuales acompañaran durante el proceso formativo y creativo al artista.

El punto de venta es, específicamente, una tienda (Music store) en donde se venderán instrumentos calificados como los mejores en la industria, además de lograr la venta de aquellos instrumentos que se encuentran muchas veces en la capital. En tal tienda se venderán también las obras realizadas por el centro, estas en formato de Cd y Vinilo, a la venta se dispondrá también el Dvd realizados por el centro (exceptuando aquellos que significar proyectos personales de los artistas y bandas). Y como una línea más de productos, la tienda venderá los instrumentos generados por medio del laboratorio de Luhería.

g) Espacio Café temático

El café con temática netamente musical, se integra al proyecto como un espacio de encuentro entre los artistas y la comunidad que logra decodificar el mensaje que el centro quiere entregar; "la música como elemento integrador de la comunidad."

El café entregará, obviamente, el servicio de cafetería, pero acompañado de un servicio de experimentación y goce musical. Como parte importante y fundamental para la categorización y materialización de la interacción, el café dispondrá, como exposición y al uso de los clientes, ciertos instrumentos musicales, con los cuales pueden interactuar durante su ingreso y estadía en el café.

El café contará estructuralmente con un espacio destinado a realizar conciertos en formato reducido (capacidad de 50 personas máximo). Estas presentaciones musicales se realizarán a cargo de músicos que están recientemente surgiendo en la industria musical, como también artistas que suelen realizar conciertos en pequeños formatos y que requieren de baja implementación técnica. (Generalmente con el acompañamiento de guitarra y algún otro instrumento)

#### 5.5.4 Área de Formación e Investigación

##### a) Espacio talleres

El área destinada a la realización de talleres nace como una necesidad de generar artistas que cumplan con un estándar superior al que se desarrolla hoy en día, sin ánimo de comparación ni de juzgar lo que se hace hoy en la industria musical chilena, se propone por el centro mejorar y poner en valor la actual composición musical, desde todas las aristas, para mejorar consiguientemente, todo el circuito de la producción musical actual. A modo de acción se realizarán interna y externamente al centro talleres que se relacionen con las distintas variables que el proyecto abarque.

Por tanto, el espacio de talleres no pretende convertirse en una academia ni impartir aquellos cursos o asignaturas de las cuales se encargan y son realizadas por instituciones, universidades entre otras. Es decir, las universidades y centros de formación superior ya se encargan de realizar talleres de voz, guitarra, bajo eléctrico, guitarra eléctrica entre otros, es por eso que el centro integral propone la elaboración de talleres referidos a unidades que no sean abarcadas en otros espacios y que son necesarios, los que están referidos a la constitución general de un artista íntegro capaz de desenvolverse en el medio musical y cultural. A modo de ejemplo, faltan cátedras y/o seminarios que abarquen el tema de inserción social y laboral de los artistas a la hora de salir egresados de algún centro especializado, institución o universidad. Aspecto sobre el cual, son importantes las redes sociales.

Por otra parte, los talleres pueden surgir de las diversas áreas que el centro integre, un ejemplo son los talleres que pueden surgir a partir del área destinada a la investigación y desarrollo de la Luthería.

Los talleres, además pueden y responderán a ciertas experiencias de las cuales pueden participar la comunidad de artistas externa e interna al centro como además la comunidad receptora del espacio. Para ejemplificar: se pueden realizar talleres con personajes famosos dentro del rubro musical de la producción musical, quienes sean reconocidos por su profesionalismo y talento, los que podrán ser los encargados de impartir los talleres a realizar. En este espacio si caben aquellos talleres típicos a realizar dentro de la industria musical.

Tal como se mencionaba anteriormente, el centro pretende realizar talleres en espacios internos como anexos a este. Es por eso, y como tercera línea de acción dentro del espacio de talleres se incorpora al proyecto la realización de talleres, ya sean de tipo general musicales, o de áreas integrales de la música, a terceras personas, éstas pueden ser a instituciones, organizaciones, fundaciones o empresas, esto sea como una solicitud de servicio, o por medio de alianza con cualquiera de las organizaciones antes mencionadas. Si se realiza un taller, bajo la modalidad de alianza, en espacios anexos al centro, evidentemente, el proyecto pasa ser realizado bajo el alero del centro.

#### b) Espacio Laboratorio Luthería

El laboratorio de Luthería es la unidad encargada de investigar el pasado, presente y futuro desarrollo de la luthería en Chile y otros países, que han alcanzado un gran y característico desarrollo de este arte.

La investigación tratará de detectar los factores y componentes de instrumentos, como además la evolución que han tenido a lo largo del tiempo. Esto permitirá detectar, de igual manera, aquellos instrumentos que se han derivado a partir de la inspiración de otros.

Una vez realizada la tarea de investigación se procede directamente relacionado el espacio de laboratorio, el cual puede comenzar, en base a la investigación, desarrollar e implementar nuevas capacidades a instrumentos con el fin de mejorar su eficiencia y funcionamiento. El área de investigación se ocupará además de investigar constantemente los avances tecnológicos en la vida cotidiana como también en la industria musical. Los avances tecnológicos serán una gran fuente de inspiración para la posible creación y desarrollo de nuevos instrumentos.

En síntesis el laboratorio de luthería se encargará de todas las etapas de mejoramiento o la creación de nuevos instrumentos, independiente del tipo de estos; cajas de resonancia,

instrumentos de viento, de cuerda, de percusión, instrumentos tecnológicos, entre otros. Las tareas del laboratorio, en relación a la experimentación, van desde el estudio, la clasificación, el diseño, pre-elaboración, producción, prueba y terminación.

c) Archivo y Mediateca

El área de investigación no solo interviene en la investigación del desarrollo de la Luthería, sino que además, se presenta la investigación de archivos, documentos, antecedentes, notas, obras musicales, entre otros que puedan resumir la historia musical chilena, para la futura creación de un espacio de archivo y mediateca referida a la intervención musical bajo sus distintas líneas y formas, integrando así, la exposición de todas las expresiones artísticas que lograron conjugar en alguna fase del tiempo con la música nacional.

Este espacio se dedicara como primera instancia al investigación y recopilación de información para el posterior establecimiento de la mediateca.

#### 5.5.5 Área de Fabricación

a) Espacio Duplicadora de Cd/Dvd

Dentro del área de fabricación se integran al proyecto las maquinarias necesarias para acabar de manera tangible con la producción obras musicales. La duplicadora de Cd y Dvd permitirán al centro generar producción en masa de aquellos tangibles, los cuales así se podrán disponer a la venta en las dependencias del mismo centro, por medio del espacio de comercialización, como a través de ciertas tiendas independientes, con las cuales se establecerán relaciones comerciales.

b) Espacio Prensadora de Vinilo

La prensadora de vinilo, al igual que la copiadora de cd/dvd, corresponde a una maquinaria de gran importancia para la generación de valor. Sin embargo, esta maquinaria es una de las más costosas y al mismo tiempo relevante para las creaciones del centro. El hecho de contar con una prensadora de vinilo entrega por adelantado un valor agregado para las creaciones de tangibles.

## 5.6 Fases del Proyecto

Para la materialización del proyecto es necesario distribuir su elaboración por etapas. Las fases del proyecto corresponden a las etapas propuestas para la construcción final del proyecto en general. La estructuración bajo etapas favorece, en gran medida, a la elaboración, construcción y funcionamiento del proyecto.

Para los diversos escenarios actuales, resulta casi inimaginable construir un “mega” centro que logre integrar infraestructuralmente todas las áreas en un mismo lugar. Primero; en Valparaíso, ya no existen o quedan espacios de gran envergadura que logren soportar tales construcciones. Y segundo; hay que considerar que con aumentan; los costos, los gastos, el monto de capital inicial, el personal requerido para su funcionamiento, entre tantos otros factores económicos y funcionales.

A partir de esto, se establecen las etapas, o también denominadas fases, para llevar a cabo la materialización del proyecto. Efectivamente las áreas que fueron determinadas para este proyecto serán, de igual manera las etapas o fases para la ejecución y establecimiento del proyecto con las cuatro áreas y las unidades o espacios ya considerados. Por tanto, las etapas o fases son;

- 1- Fase del Proyecto: Área de Creación y Perfeccionamiento
- 2- Fase del Proyecto: Área de Extensión y Sensibilización
- 3- Fase del Proyecto: Área de Formación e Investigación
- 4- Fase del Proyecto: Área de Fabricación

La Fase o etapa de implementación N° 1 corresponde a la implementación de los espacios de: Estudio de Grabación, Salas de Perfeccionamiento y Sala de Post-Producción Audiovisual.

La Fase o etapa número dos del proyecto significa la implementación de los espacios destinados a la extensión: producción de eventos, servicios a disposición del público. Los espacios o unidades a implementar para esta etapa son: Sala de Conciertos, Sala de Exposición, sala de exposición audiovisual y musical, punto de ventas, café temático musical y también la oficina de administración cultural.

Para la fase número 3 se requerirá la implementación de los espacios de: Salas de Talleres, Laboratorio de Luthería y el Espacio de Archivo y Mediateca.

Y por último para la fase N° 4 del proyecto, se propone a largo plazo la implementación de las unidades de: Prensadora de Vinilo, Multicopiadora de Cd y Dvd.

Estas fases son significantes de las etapas que la estructuración del proyecto ha propuesto, sin embargo, hay que considerar que al ser este un proyecto realizado por y para la organización MIV, tal organización se ha ocupado durante un tiempo de realizar y concretar la Fase N° 1 del proyecto. En otras palabras, la organización de Músicos Independientes de Valparaíso cuenta con una infraestructura dentro del Centro Cultural Valparaíso (Ex Cárcel), la cual contará con todos los espacios requeridos para la Fase N°1 del proyecto, es decir, las unidades del área de Creación y Perfeccionamiento.

Por tanto, resulta ocuparse de las tres áreas o fases restantes del centro integral. Para tales áreas se deberán establecer las fichas técnicas, la clasificación de equipamientos, espacios, entre otros para poder ir delimitando y determinando sus características, tareas y funciones a realizar, además de establecer una ubicación para cada área o para aquellas que puedan conjugar en conjunto. No obstante, para los siguientes apartados del proyecto, la propuesta se basará en el desarrollo e implementación de la fase siguiente, es decir, la Fase N° 2 del proyecto.

## CAPITULO VI: PROYECTO A IMPLEMENTAR

## 6.1 Proyecto a Implementar: Área de Extensión y Comercialización.

Como se menciono anteriormente, el presente proyecto se ocupará de la implementación del área de Extensión y Comercialización del Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical.

Al tener, la organización MIV, avanzada, en gran parte, la primera Fase del proyecto, se plantea, consecuentemente, la implementación del área de Extensión. Este proyecto en concreto propone la realización completa de la Fase N° 2 del proyecto, es decir, la construcción de una infraestructura que logre integrar todas aquellas áreas necesarias y requeridas para la producción, desarrollo y concreción de actividades y eventos culturales musicales.

Las unidades a conjugar dentro de esta área ya fueron definidas anteriormente, junto a sus especificaciones y lineamientos técnicos. Es por esto que este capítulo en particular, y de aquí en adelante, el presente trabajo se ocupará de constituir y mencionar todos los lineamientos estructurales, estratégicos y organizacionales que dan forma y permiten la composición y estructuración de esta área o fase de Extensión y Comercialización

### 6.1.1 Fundamentación de Fase a Implementar

Los motivos que llevan a discriminar por esta fase del proyecto general a implementar son variados. No obstante, tales motivaciones responden a temas muy directos, específicos y concisos.

Primeramente, la estructuración tomada desde un comienzo en la determinación de las áreas, se realizó pensado en el orden lógico que estas debían tener en cuanto a la factibilidad y relación existente entre las áreas del proyecto. Es decir, las fases se crearon cronológicamente según la estructura lógica que estas pueden adoptar al momento de ser implementadas. Esto es; la fase de Creación y Perfeccionamiento esta puesta en marcha de antemano, por lo tanto restaban las áreas de Extensión y Comercialización, el área de Formación e Investigación y por último el área de Fabricación.

El área de Formación e Investigación, como bien dice, cuenta con una unidad dedicada a la realización de talleres destinado a los músicos emergentes y a la comunidad receptora en sí. Sin embargo, estos talleres no pretenden, en un principio, dedicarse a la realización de los típicos talleres musicales que se imparten por algunas instituciones o programas nacionales. Sino más bien, a impartir talleres que le beneficien al desarrollo administrativo, de inserción, producción y concreción de sus proyectos musicales. Sin embargo para esto, era necesario, contar de antemano, con en análisis de la situación de los músicos posterior a la realización de un proyecto

de gran envergadura. Los puntos de fallo de estos análisis entregarán información a quienes se encuentren investigando, para así poder determinar que lineamientos y temáticas son las necesarias a instruir en los músicos regionales y nacionales, para poder insertarse de manera óptima y exitosa en la industria musical.

Y en cuanto a la otra área, el área de Fabricación nace como una estructura complementaria al área de Creación y Perfeccionamiento, la que pretende generar una producción a grandes rasgos (masiva) de las obras musicales, independiente del formato que estas sean.

Segundo, es necesario en estas instancias y momentos por los que pasa la industria musical nacional, crear espacios que se destinen a la producción de eventos musicales, los cuales cuenten con el equipamiento y estructuración física necesaria para este tipo de eventos culturales.

Como tercera motivación, está el hecho que las áreas de extensión, de cualquiera que sea el proyecto, siempre es la encargada de demostrar de forma concreta y relacionada estrechamente con la marca a posicionar las labores, actividades y producciones realizadas por el espacio, en este caso el Centro Integral.

Y por último, se establece que el área dedicada la Extensión, es un constante espacio que directa o indirectamente, se encarga de sensibilizar a la comunidad, consiguiendo, entonces, que el público objetivo y potencial se convierta en una cifra de público real.

## 6.2 Aspectos Estratégicos

Al igual que, los aspectos estratégicos determinados para el Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical, esta área o fase del proyecto a implementar, requiere tener y contar con los diferentes y principales aspectos estratégicos, ya que estos son fundamentales y pasan a ser directamente el pilar sobre los cuales se fundarán las estrategias genéricas, de acción, de marketing, entre otras, del Área de Extensión y Comercialización.

### 6.2.1 Objetivo General

Generar un fomento en el área de extensión de la industria musical, por medio de la concentración de unidades que realicen la entrega de espacios, instancias e infraestructuras, las cuales permitan la realización, desarrollo y producción de eventos musicales, para el desarrollo artístico de músicos emergentes y profesionales de la región de Valparaíso y del país.

### 6.2.2 Objetivos Específicos

- Crear una infraestructura general que integre potencial y físicamente diversas unidades o espacios que permitan el desarrollo de los artistas.
- Contar con equipamiento necesario y de calidad en todas las unidades que integren esta Área del proyecto.
- Reclutar personas profesionales y técnicos dedicados a la producción de eventos.
- Reclutar personas profesionales y técnicas para las áreas organizacionales agrupadas en la estructura del área.
- Entregar a disposición de músicos emergentes y profesionales, salas de conciertos con diferentes capacidades para el desarrollo de su arte y de la personalidad del artista musical.
- Disponer de espacios para la exposición de obras artísticas de cualquier disciplina que apoyen, se funden y utilicen la música como elemento principal.

### 6.3 Etapas de construcción

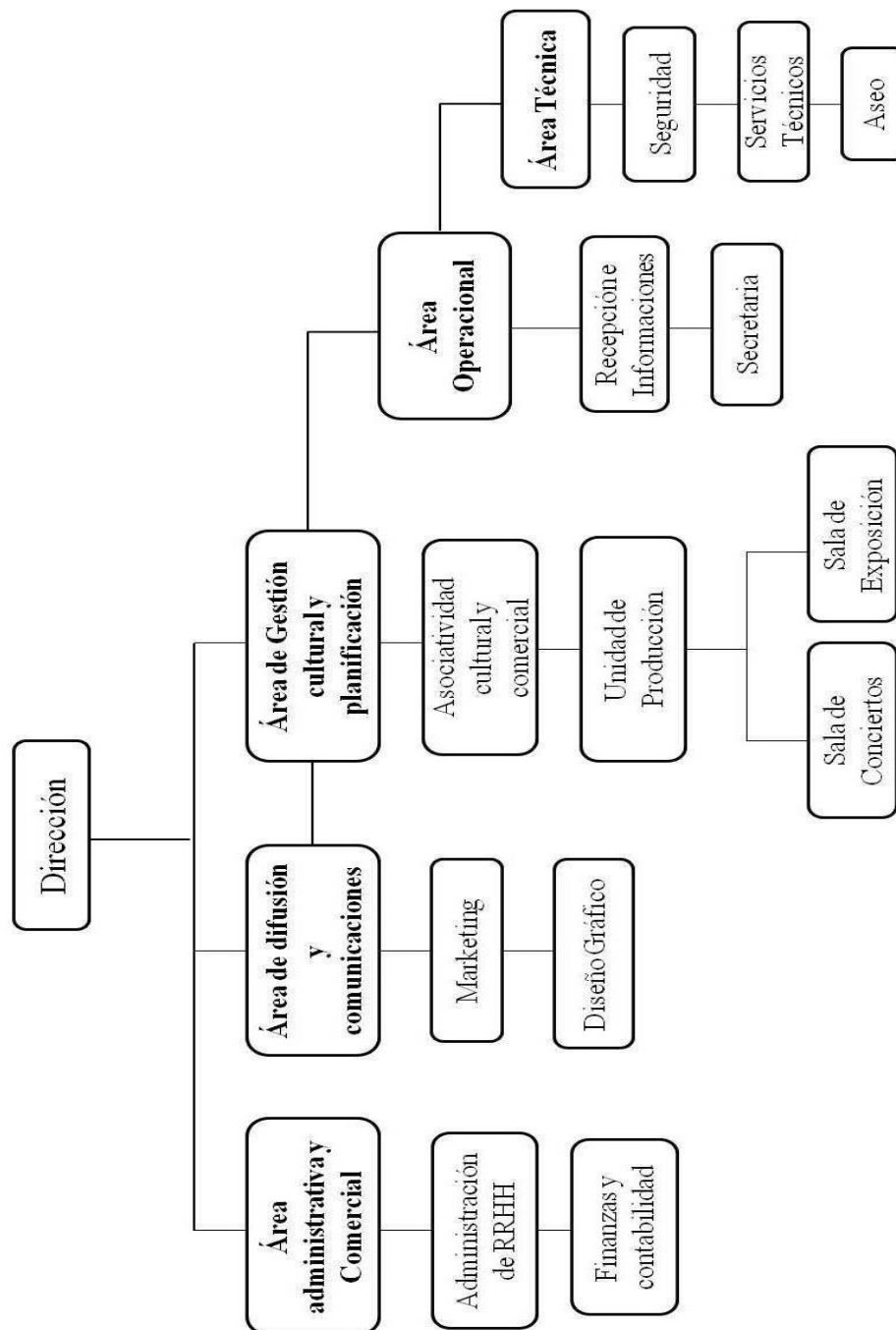
Las etapas de implementación del Área de Extensión y Comercialización corresponden a los diversos pasos y tareas a realizar durante los procesos de construcción del Área del proyecto en sí. Se ha logrado identificar 3 etapas de implementación.

- Etapa número 1 de Implementación: En esta etapa se deberá realizar, en especial con la edificación seleccionada para la fase del proyecto, una evaluación de suelo, una evaluación arquitectónica y estructural de la edificación actual, proyectar soportes de firme a la estructura.
- Etapa número 2 de Implementación: en esta etapa se realiza una reconstrucción y restauración estructural externa e interna de la edificación actual.
- Etapa número 3 de Implementación: Cuando ya se haya estructurado y reparado la estructura actual del terreno, se procede a la construcción de las instalaciones propuestas para el Área de Extensión y Comercialización del Área de Extensión y Comercialización del Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical.

6.4 Estructura Organizacional

La estructura organizacional del proyecto se establece, en base a los requerimientos iniciales para el funcionamiento del exclusivo del Área de Extensión y Comercialización.

Figura N° 6: “Estructura Organizacional del Área de Extensión y Comercialización del Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical”.



Fuente: Elaboración Propia.

El esquema anterior muestra las áreas organizacionales y cargos que son necesarios para el buen funcionamiento del área de Extensión y Comercialización del Centro Integral. Las áreas organizacionales van desde la administrativa y comercial, el área de gestión cultural y planificación, el área de difusión y comunicaciones y el área operacional, de la cual se desprende el área técnica. Todas estas, son antecedidas por el cargo del director del centro, quien se encargará de coordinar e interconectar las actividades y funciones de las áreas organizacionales en concordancia con los objetivos, funciones y alcances que propone incorporar el “Espacio Miv”.

Las distintas áreas organizacionales se desglosan en genéricas líneas de acción, las cuales se encargan de cumplir correctamente diversas tareas que permitan el desarrollo y el buen funcionamiento del centro. Es así como, a modo de ejemplificar, el área organizacional operativa se encarga de otra área; el área técnica, la que se desglosa en las tareas de seguridad, aseo y servicios técnicos.

Cada área requiere de cierta cantidad de personal disponible para llevar a cabo las tareas encomendadas. A continuación se realizará un cuadro el cual muestra la cantidad de personal requerido por área organizacional.

Tabla N° 7: “Número de personal requerido según área organizacional”.

<b>Área Organizacional</b>	<b>Número de Personal</b>
Director	1
Área Administrativa y Comercial	3
Área de Difusión y Comunicaciones	3
Área de Gestión cultural y Planificación	6
- Área Operacional	3
- Área Técnica	5
<b>Total de Personal</b>	<b>21</b>

Fuente: Elaboración Propia.

El cuadro anterior muestra el número de personal requerido para el funcionamiento del Área de Extensión y Comercialización del Centro Integral en total y por área. Sin embargo, es necesario realizar una especificación del personal clave requerido para cada área organizacional y unidad

correspondiente, además, se debe realizar una especificación de las tareas o principal labor a cumplir por cada agente incorporado en la estructura organizacional del Área de Extensión y Comercialización del Centro.

El cuadro a continuación muestra los encargados y trabajadores por área organizacional y unidad correspondiente, además de plantear la función principal de cada encargado. Esto ayuda a detectar ciertos vacíos que pudiesen quedar en las áreas y unidades, además de estructurar las labores a realizar por cada uno.

Tabla N° 8: “Labor principal de personal según área organizacional y unidad de trabajo”.

Área/Unidad organizacional	N° de Personal	Principal Labor/Función
<b>Director</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El director, será quien se ocupe de manera íntegra del funcionamiento, control y será el responsable del Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical,</li> <li>- En el área de Extensión y Comercialización es el responsable integral de los proyectos y la producción de las actividades.</li> </ul>
<b>Área Organizacional: Administrativa y Comercial</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El encargado de esta área organizacional deberá coordinar las materias administrativas en base a los requerimientos del Área de Extensión y Comercialización del Centro Integral.</li> <li>- Su cargo realizará tareas de apoyo administrativo a las demás áreas. Además de revisar y realizar las materias no incluidas en una unidad administrativa. Como puede ser: capacitaciones.</li> <li>- Otra labor a realizar en específico es, en gran medida de la gestión de auspicios, búsqueda de líneas y fondos para financiamiento.</li> <li>- Ver donaciones, posibilidad de opción a Ley Valdés</li> <li>- Además, esta unidad se ocupará de la administración y cumplimiento de cláusulas especificadas para los espacios en concesión.</li> <li>- Bajo su responsabilidad estará el resto de las unidades a conjugar en esta área organizacional.</li> </ul>

<p>- Administración de Recursos Humanos</p>	<p>1</p>	<p>- Las tareas del administrador de recursos humanos serán aquellas relacionadas con el personal interno como externo del área de Extensión y Comercialización.</p> <p>- Las funciones responden a labores como realizar el reclutamiento y las contrataciones tanto de personal requerido para el Área del centro como para terceros a participar. Realización de pagos, remuneraciones, entre otros.</p>
<p>- Administración de Finanzas y Contabilidad</p>	<p>1</p>	<p>- El encargado de esta unidad será quien maneje los recursos financieros mediante el presupuesto y el flujo de caja, según los recursos necesarios para la implementación del proyecto, dando a su vez los informes de gestión correspondientes.</p> <p>- Recursos administración de dineros, tesorerías, contabilidad, flujos de caja, estados de resultado, informes.</p>
<p><b>Área de Difusión y Comunicaciones</b></p>	<p>1</p>	<p>- El encargado de esta área será el encargado de formular, diseñar y desarrollare el Plan de Difusión y/o Campaña de Prensa del proyecto, organizando los recursos necesarios para su implementación y ejecución.</p> <p>- Encargado de recopilar y seleccionar información de nuevos medios y herramientas de la industria musical, como además, de artistas de la organización.</p> <p>- Generar y mantener relaciones estratégicas con medios de comunicación y periodísticos.</p> <p>- Realizar publicaciones y notas periodísticas para, como primera instancia, disponer en el sitio web: <a href="http://www.miv.cl">www.miv.cl</a></p> <p>- Realizar publicaciones para publicidad de eventos y cronograma o planificación de la cartelera mensual tanto en la sitio web, como en otros medios de comunicación con los cuales se haya establecido lazos.</p>
<p>- Marketing</p>	<p>1</p>	<p>- Encargado de estudiar, diseñar, crear e implementar estrategias de marketing, que permitan posicionar de manera eficiente el “Espacio Miv”.</p> <p>- Dentro de las labores esta la realización de estudios de oferta y demanda, para determinar cuáles son las preferencias del público objetivo y ver los lineamientos para convertir al público potencian el mercado real.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación, diseñar e implementación de planes de acción de Marketing. Esto junto a la unidad organizacional de Asociatividad Cultural y Comercial.</li> </ul>
- Diseño Gráfico	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encargado de rediseñar la página web de la organización.</li> <li>- Encargado de realizar afiches para los diversos eventos generados en el área de extensión y comercialización.</li> <li>- Dentro de las acciones para llevar a cabo lo anteriormente mencionado, el diseñador gráfico, estará cargo, también de realizar los isotipos, logotipos, entre otros conceptos de publicidad para los eventos, bandas y la futura generación de ciclos, seminarios, entre otros.</li> </ul>
<b>Área de Gestión Cultural y Planificación.</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El encargado de ésta área organizacional será, quien se dedique a la coordinación y de la Gestión general del “espacio niv” como de los eventos y de la producción.</li> <li>- Dentro de las labores del encargado, está la creación, el diseño y la implementación de planes para desarrollar lazos estratégicos y alianzas colaborativas para el desarrollo de las actividades dentro del centro.</li> <li>- Se ocupará, además de la Asociatividad para poder obtener y conseguir patrocinios, auspicios y recursos económicos.</li> </ul>
- Asociatividad Cultural y Comercial	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El encargado dependerá directamente y trabajará en conjunto con el encargado del área de Gestión y planificación cultural. Estos se encargarán de las relaciones con las instituciones externas a la producción, conseguirá patrocinios, auspicios o colaboraciones y verá el tema del protocolo.</li> <li>- Encargado de realizar y generar relaciones, asociaciones y lazos estratégicos con diversas organizaciones, instituciones públicas y privadas (empresas) dedicadas al desarrollo y la difusión cultural.</li> <li>- Identificar aquellas organizaciones, instituciones y empresas con las cuales se pueden establecer alianzas comerciales para el apoyo y soporte económico de actividades culturales musicales gratuitas y pagadas.</li> <li>- Mantener lazos estratégicos por medio de planes estratégicos.</li> </ul>

- Unidad de Producción	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El encargado de esta unidad cumplirá la función de conducir, administrar y supervisar el contenido de la producción, como asimismo, encargarse del trabajo en terreno y de coordinar las acciones de la actividad, ya sea en su preparación, realización y finalización del evento.</li> <li>- Revisar, mantener e informar sobre requerimientos técnicos del lugar.</li> <li>- Controlar los equipamientos</li> <li>- Fichas técnicas</li> <li>- Informe de eventos</li> </ul>
- Espacio de Conciertos y Exposición	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quienes ocupen este cargo dependerán directamente del encargado de la unidad de producción y tiene a su cargo múltiples y diferentes funciones, ya sean planificadas o requeridas en el momento.</li> <li>- Encargados de la instalación de equipamientos, la utilización de equipamientos de sonido e iluminación.</li> </ul>
- Espacio de Exposición artística	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El encargado de esta unidad también dependerá del encargado de la unidad de producción.</li> <li>Este se ocupará, dentro de la principal, de la ubicación, posicionamiento de obras.</li> <li>- Coordinación de obras, ventas y exposiciones.</li> </ul>
<b>Área Operacional</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El encargado de esta área será quien se ocupe de las materias operacionales y técnicas, las cuales en conjunto permitan un buen funcionamiento del “Espacio Miv” y de las producciones de eventos y actividades en general.</li> <li>- Dentro de su labor esta monitorear las labores a cargo del resto de las unidades del Área organizacional operacional y, además, del resto de las unidades del área organizacional técnica.</li> </ul>
- Recepción e Informaciones	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encargado de mantener contacto con las unidades y áreas organizacionales para traspasar información a quienes hagan ingreso al área de extensión y comercialización.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- La unidad de secretaría, es la encargada de recepción ordenar, estructurar y comunicar la información que llega al “Espacio Miv”.</li> </ul>

- Secretaría	1	- Sus labores corresponden a estructurar información para disposición de trámites, realizar y concretar trámites de secretariado administrativo. Realización, diseño y recepción de resoluciones administrativas.
<b>Área Técnica</b>		- El encargado del área organización operacional es, de igual manera, el encargado del Área Técnica.
- Servicios Técnicos	1	- El encargado de los servicios técnicos deberá velar por el cuidado y estabilidad de los equipos técnicos. Y tener siempre a disposición los equipamientos.  - Realizar mantención a los equipamientos de sonido, exposición audiovisual e iluminación. En el caso de ser necesario, realizar la reparación de equipamientos necesarios, compra de accesorios y/o repuestos.  Encargado de la mantención corresponde a quién deberá ocuparse del cuidado y funcionamiento de las áreas del espacio miv, como además de los espacios públicos y privados.  - Sus labores responden a la reparación de espacios, electricidad, ductos de agua, y en definitiva, la mantención de los espacios abiertos para el público y para quienes trabajan en el lugar.  - Dentro de las labores a realizar por quien esté a cargo de esta unidad, será la realización de asistencias técnicas que requiera la realización de actividades, como puede ser, servicio de catering, montaje en el escenario, entre otros.
- Seguridad	2	- Se contabilizan dos personas encargadas de la seguridad del lugar. Estos para mantener el orden y tranquilidad de la infraestructura en general, como del espacio de exposición, en donde se dispondrán las obras y piezas artísticas.
- Aseo	2	- Personal de Aseo, tiene como labor principal la mantención de la limpieza y orden del lugar.  - Realizar limpieza luego de una presentación, tanto en la sala de conciertos como en el resto de las unidades que cuenta el área de Extensión y Comercialización del Centro.

Fuente: Elaboración Propia.

Cada área organizacional requiere de un personal especificado, cuyos cargos responden a las necesarias funcionalidades que el Área de Extensión y Comercialización del Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical. Para lograr que cada trabajador a cargo de las unidades de cada área, sea necesario pre-determinar las competencias y habilidades que el cargo en sí necesita para poder llevar a cabo cada tarea, acción y plan propuesto para el área de Extensión y Comercialización del centro.

#### 6.4.1 Capacidades Duras y Blandas

Las capacidades o habilidades duras y blandas se refieren a capacidades que tiene el personal de una empresa, negocio o proyecto para poder cumplir de manera óptima con las labores genéricas establecidas y requeridas para el tipo de organización.

Tabla N° 9: “Tabla de competencias y capacidades duras y blandas para el personal del Área del Centro”.

<b>Cargo por Área/Unidad</b>	<b>Competencias Duras</b>	<b>Competencias Blandas</b>	
<p>Dirección</p> <p>Cargo: Director</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Como competencias duras, el director del Centro Integral y del Área de Extensión y Comercialización debe tener conocimientos en la gestión, producción y concreción de proyectos referidos a la música.</li> <li>- Debe tener conocimientos y capacidad de administración de diversas áreas organizacionales.</li> <li>- Habilidades en la gestión y obtención de patrocinios y financiamientos.</li> <li>- Debe tener un conocimiento integro e interno de la labor musical.</li> </ul>	<p><u>Interpersonales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejo de emociones en situaciones de estrés y presión.</li> <li>- Gran disposición a trabajar en terreno.</li> <li>- Gran y buen nivel de comunicación.</li> <li>- Gran nivel de manejo de diversas áreas organizacionales.</li> <li>- Capacidad de reconocer errores y dar soluciones.</li> </ul>	<p><u>Intrapersonales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderazgo</li> <li>- Sociabilidad</li> <li>- Flexibilidad</li> <li>- Creatividad</li> <li>- Responsabilidad</li> <li>- Compromiso</li> <li>- Rigurosidad</li> <li>- Autónomo</li> <li>- Pro-actividad</li> </ul>

<p>Área Organizacional Administrativa y Comercial</p> <p>Cargo: Administrador</p>	<p>- El o la administradora, encargada de esta área organizacional, deberá contar con grandes capacidades, experiencias y estudios profesionales. Los que podrían ser:</p> <p>- Ingeniería en Administración de Empresas o ingeniería Comercial.</p>	<p><u>Interpersonales:</u></p> <p>- Gran capacidad de trabajar en equipo.</p> <p>- Gran manejo en otras áreas.</p> <p>- Alta capacidad de controlar y manejar otras unidades.</p>	<p><u>Intrapersonales:</u></p> <p>- Responsable</p> <p>- Liderazgo</p> <p>- Empatía</p> <p>- Rigurosidad</p> <p>- Compromiso</p>
<p>Administración de Recursos Humanos</p>	<p>- La persona encargada de esta área requiere de competencias y capacidades adquiridas por experiencias y además por estudios profesionales o técnicos como pueden ser:</p> <p>- Estudios profesionales en: Administración Pública, Administración de Empresas.</p> <p>- Estudios Técnicos en: Administración de empresas con mención gestión de personas.</p>	<p><u>Interpersonales:</u></p> <p>- Capacidad de resolución de problemas del personal.</p> <p>- Capacidad de manejo de situaciones de estrés.</p> <p>- Capacidad de control de información y de estructuras administrativas.</p>	<p><u>Intrapersonales:</u></p> <p>- Responsable</p> <p>- Ordenada</p> <p>- Rigurosa</p> <p>- Autónoma</p>
<p>Finanzas y Contabilidad</p> <p>Cargo: Contador</p>	<p>- Quien esté a cargo de esta unidad organizacional deberá tener estudios profesionales o preferentemente técnicos. Los que pueden ser:</p> <p>- Estudios en: Técnico en contabilidad general, Técnico Contabilidad Auditor o técnico en administración financiera.</p>	<p><u>Interpersonales:</u></p> <p>- Gran capacidad para manejar situaciones de estrés.</p> <p>- Alta capacidad de buscar soluciones.</p>	<p><u>Intrapersonales:</u></p> <p>- Riguroso</p> <p>- Estructurado</p> <p>- Responsable</p> <p>- Compromiso</p>
<p>Área de Difusión y Comunicaciones.</p> <p>Cargo: Comunicador</p>	<p>- El encargado de esta área organizacional, contar con experiencias laborales en referente al cargo a ocupar.</p> <p>- Debe contar, además con conocimientos y estudios técnicos</p>	<p><u>Interpersonales:</u></p> <p>- Alto grado de disposición para trabajar en terreno.</p> <p>- Gran nivel de comunicación.</p>	<p><u>Intrapersonales:</u></p> <p>- Motivación</p> <p>- Creatividad</p> <p>- Compromiso</p>

publicitario.	y/o profesionales como son:  - Publicidad, Relaciones públicas o Relaciones públicas con mención marketing.	- Capacidad de atención a las peticiones y requerimientos.	- Calidad  - pro-activo
Marketing  Cargo: Comunicador Estratégico	- Para esta área organizacional se requiere personal que tenga experiencia, además de conocimientos que respondan a estudios técnicos o profesionales.  - Dentro de los conocimientos necesarios se destacan: Ingeniería en Marketing, Ingeniería en administración con mención en marketing, Administración de Empresas mención marketing y técnico administrador de marketing.	<u>Interpersonales:</u>  - Gran capacidad de comunicación.  - Disposición trabajo en equipo  - Alto grado de buscar soluciones a situaciones desfavorables.  - Ser capaz de entender el entorno para el desarrollo de estrategias	<u>Intrapersonales:</u>  - Flexibilidad  - Compromiso  - Creatividad  - Motivación  - Sociable  - Optimista
Diseño Gráfico  Cargo: Diseñador	- El diseñador del “Espacio MIV” deberá tener competencias técnicas o profesionales como:  - Estudios profesionales en: Diseño o Diseño gráfico y publicidad.  - Estudios Técnicos en: Técnico en Diseño multimedia o Técnico en Diseño gráfico publicitario.	<u>Interpersonales:</u>  - Alta capacidad de comprensión de ideas y deseos  - Gran capacidad de Comunicación.  - Reconocimiento de errores y alto grado de capacidad para buscar soluciones.	<u>Intrapersonales:</u>  - Responsable  - Creativo  - Motivación  - Compromiso con a marca y el proyecto.  -Flexible
Área de Gestión Cultural y Planificación.  Cargo: Administrador/gestor cultural.	- Quien esté a cargo de esta área deberá, de igual manera, tener experiencias en la gestión y/o administración cultural.  - Deberá contar, además, con conocimientos y grados estudiantes de nivel técnico y/o profesional.  - Los estudios pueden responder	<u>Interpersonales:</u>  - Alto grado de manejo en diversas áreas.  - Alta capacidad de comunicación  - Alto grado de disposición a	<u>Intrapersonales:</u>  - Sociable  - Entrador  - Responsable  - Flexible  - Creativo

	a: Administración de Empresas, Gestión Cultural y administración cultural.	trabajar en terreno.  - Gran capacidad de convencimiento y negociación.	- Comprometido  - Pro-activo  - Liderazgo
Unidad de Asociatividad Cultural y Comercial.  Cargo: Encargado de Asociatividad	- El encargado de esta área puede tener estudios profesionales de: Relaciones públicas.  - O puede tener estudios técnicos profesionales como: Técnico administrador de empresas, mención comunicaciones.  - Debe tener experiencia en el área organizacional a desempeñar, en organizaciones referentes exclusivamente a entidades culturales.	<u>Interpersonales:</u>  - Gran capacidad de comunicación  - Adaptación al trabajo en equipo  - Buen manejo de situaciones entre muchas personas.	<u>Intrapersonales:</u>  - Sociable  - Con una visión integradora  - Entradora  - Responsable  - Atenta  -Amabilidad
Unidad de Producción.  Cargo: Productor Ejecutivo.	-Quien se encargue de esta unidad organizacional, debe tener un gran conocimiento en la labor de la producción.  - Su nivel de experiencia debe, si es necesario, pasar sus conocimientos técnicos y profesionales, según el caso.  - Para poder desempeñar esta unidad, el Productor Ejecutivo debe tener estudios como:  - Administración mención Producción General, Producción de eventos, Ingeniería en Sonido y Producción musical.	<u>Interpersonales:</u>  - Control de emociones durante los procesos de producción.  - Alta capacidad de trabajo en equipo.  - Manejo de situación bajo presión.	<u>Intrapersonales:</u>  - Liderazgo  - Pro-actividad  - Sociable  - Flexible  - Autónomo  - Motivación  - Compromiso
Espacio de	- Quienes ocupen el cargo de esta área organizacional deben tener una vasta experiencia en la asistencia y en la producción de eventos en sí.  - Para el desempeño de esta área	<u>Interpersonales:</u>  - Alta capacidad de escuchar y recibir ordenes.  - Alta capacidad de	<u>Intrapersonales:</u>  - Pro-activo  - Motivación  - Compromiso

Conciertos	<p>se requeridas de habilidades genéricas que este cargo exige.</p> <p>- Por otra parte, quienes se encarguen de esta unidad deben contar con un conocimiento básico (o mas extenso) sobre alguna área de la producción de eventos, en especial musicales.</p> <p>- Sus conocimientos de estudio pueden ser: Técnico en producción musical y/o tecnología en sonido.</p>	<p>trabajo en equipo.</p> <p>- Gran manejo de situaciones bajo presión o estrés.</p> <p>- Gran habilidad para resolver problemas.</p> <p>- Flexibilidad y adaptabilidad ante los distintos escenarios</p>	<p>- Auto confianza</p> <p>- Eficiencia</p> <p>- Flexible</p> <p>- Entusiasta</p>
Espacio de Exposición	<p>- Para el desarrollo de esta área no se requieren habilidades y/o capacidades en estudios técnicos, ni menos profesionales.</p> <p>- Es necesario reclutar gente capaz de comprende la importancia de las obras a manejar.</p> <p>-Por otra parte, de igual manera, este debe responder al perfil de personalidad compuesto y estructurado en las competencias blandas.</p>	<p><u>Interpersonales:</u></p> <p>- Capacidad de escuchar y atender peticiones y ejecutar ordenes</p> <p>- Gran nivel de comunicación</p> <p>- Alto nivel de entender y atender las necesidades expresadas y requeridas por el resto.</p>	<p><u>Intrapersonales:</u></p> <p>- Riguroso</p> <p>- Creativo</p> <p>- Responsable</p> <p>- Comprometido</p> <p>- Flexible</p>
Área Operacional	<p>- Para encargarse del área organizacional operacional, es necesario contar con experiencia laboral en cuanto al ordenamiento sustancial de estructuras y equipamientos.</p> <p>Para este cargo se requiere el conocimiento técnico en estudios como son: Técnico en Gestión Logística, Asistente Ejecutivo o Técnico administrador control de gestión.</p>	<p><u>Interpersonales:</u></p> <p>- Alto nivel de comunicación con áreas dependientes.</p> <p>- Gran carácter para realizar y emitir el cumplimiento de órdenes.</p> <p>- Gran habilidad para resolver problemas.</p>	<p><u>Intrapersonales:</u></p> <p>- Disciplina</p> <p>-Responsabilidad</p> <p>- Orden</p> <p>- Compromiso</p> <p>- Liderazgo</p> <p>- Autonomía</p> <p>- Pro-actividad</p>
Recepción	<p>- Lo que se requiere para la ocupación de este cargo es contar</p>	<p><u>Interpersonales:</u></p> <p>- Gran capacidad de</p>	<p><u>Intrapersonales:</u></p>

<p>Informaciones</p> <p>Cargo: Recepcionista/Atención de servicio.</p>	<p>con experiencias laborales en la misma materia.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Además, el encargado o encargada debe responder al perfil estructurado según las habilidades blandas estructuradas.</li> </ul>	<p>comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rápida respuesta a situaciones específicas</li> <li>- Rápida respuesta a problemas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sociable</li> <li>- Eficiente</li> <li>- Respetuoso</li> <li>- Colaborador</li> <li>- Auto Confianza</li> <li>- Pro-actividad</li> </ul>
<p>Secretaría</p> <p>Cargo: Secretaria</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La persona encargada de la unidad organizacional de secretaría debe contar con una vasta experiencia laboral.</li> <li>- Debe tener además, estudios técnicos de secretariado.</li> <li>- las habilidades y capacidades adquiridas por medio de sus estudios y experiencias deben responder a las habilidades blandas interpersonales e intrapersonales.</li> </ul>	<p><u>Interpersonales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran capacidad de comunicación entre áreas organizacionales.</li> <li>- Manejo de diversas áreas</li> <li>- Gran capacidad de búsqueda de soluciones.</li> <li>- Rápida respuesta a problemas.</li> </ul>	<p><u>Intrapersonales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sociable</li> <li>- Estructurada</li> <li>- Rigurosa</li> <li>- Responsable</li> <li>- Pro-activa</li> <li>- Eficiente</li> </ul>
<p>Servicios Técnicos</p> <p>Cargo: Asistente técnico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El encargado de la unidad organizacional de servicios técnicos, debe tener experiencia y conocimientos en los sistemas básicos eléctricos y/o aparatos robotizados.</li> <li>- Los conocimientos necesarios para desempeñar este cargo, corresponden a estudios técnicos de: Técnico Analista Programador computacional, técnico de redes computacionales, técnico electricidad y electrónica, técnico en instalación industrial con mención en instalaciones eléctricas y técnico en instalación industrial con mención electromecánica.</li> </ul>	<p><u>Interpersonales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran habilidad para resolver problemas.</li> <li>- Gran manejo de situaciones bajo presión o estrés.</li> </ul>	<p><u>Intrapersonales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pro-actividad</li> <li>- Rigurosidad</li> <li>- Estructuración</li> <li>- Disciplinado</li> <li>- Responsable</li> </ul>

<p>Seguridad:</p> <p>Cargo: Guardias</p>	<p>- Para el desarrollo de esta unidad organizacional y para el cargo, es necesario contar con experiencias laborales, como además, en lo posible, contar con el curso de seguridad OS10.</p> <p>Por otra parte, quienes ocupen este cargo deben cumplir con el perfil propuesto en relación a sus habilidades blandas.</p>	<p><u>Interpersonales:</u></p> <p>- Gran capacidad de reacción a situaciones inapropiadas o incorrectas.</p> <p>- Gran manejo de situaciones bajo presión o estrés</p>	<p><u>Intrapersonales:</u></p> <p>- Riguroso</p> <p>- Disciplinado</p> <p>- Empático</p> <p>- Responsable</p> <p>- Estructurado</p> <p>- Amable</p>
<p>Aseo</p> <p>Cargo: Personal de Aseo</p>	<p>- Para esta unidad organizacional no es necesario contar con conocimientos referentes a estudios técnicos ni profesionales, sin embargo existe un perfil a cumplir por quienes se ocupen de este trabajo.</p>	<p><u>Interpersonales:</u></p> <p>- Comunicadora sobre carencias y necesidades el espacio.</p> <p>- Demostrar positivismo en las tareas realizar</p>	<p><u>Intrapersonales:</u></p> <p>- Responsable</p> <p>- Sociable</p> <p>- Pro-activa</p>

Fuente: Elaboración Propia

## CAPITULO VII: ANÁLISIS Y ALCANCES ESTRATÉGICOS

## 7.1 Análisis del Entorno.

El análisis del entorno es una herramienta administrativa que se utiliza para medir los factores, tanto del entorno físico como industrial, que pueden influir de manera positiva o negativa en la estructuración del proyecto, como en su implementación y funcionamiento.

### 7.1.1 Macro Entorno: P.E.S.T.A.L.

Una de las principales herramientas utilizadas en la creación y análisis de los lineamientos estratégicos de una empresa, negocio o proyecto, es el análisis P.E.S.T.A.L. el cual se ocupa de analizar, tal como indican sus iniciales, los distintos factores del macro entorno que rodean y sobre el cual se establece el proyecto. Estos factores son: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Legales.

#### a) Factores Políticos

A nivel político el Centro debe cumplir con las normas establecidas y que exige el gobierno nacional. Entre las normas y formalidades a seguir se encuentra la conformación e institucionalización de un colectivo de personas destinadas a la creación del espacio, la inscripción y en definitiva los derechos y deberes a cumplir por estas en su funcionamiento. Al ser este un proyecto realizado para y por la organización MIV, el proyecto cuenta de antemano una institucionalización y su correspondiente razón social.

Para la creación de un centro destinado al desarrollo de la cultura, es recomendable operar siempre bajo el amparo de una institucionalidad jurídica propia, esto significa contar con una mayor capacidad de gestión que los individuos aislados.

Por ahora, el modelo de figura jurídica del MIV es; Organización Comunitaria Funcional, la cual, según lo establecido en la Ley N° 19.418; sobre juntas de vecinos y otras organizaciones comunitarias, Título I; disposiciones generales, corresponde a: “Aquella con responsabilidad jurídica y sin fines de lucro, que tenga por objeto representar y promover valores e intereses específicos de la comunidad dentro del territorio de la comuna o agrupación de comunas respectiva.”

Como responsabilidad y norma política le corresponde a esta organización, según lo expresado en dicha Ley, Párrafo 3°, ARTICULO 12°: “Los miembros de las juntas de vecinos y de las demás organizaciones comunitarias tendrán los siguientes derechos:

a) Participar en las asambleas que se lleven a efecto, con derecho a voz y voto. El voto será unipersonal e indelegable.

b) Elegir y poder ser elegido en los cargos representativos de la organización.

c) Presentar cualquier iniciativa, proyecto o proposición de estudio al directorio. Si esta iniciativa es patrocinada por el diez por ciento de los afiliados, a lo menos, el directorio deberá someterla a la consideración de la asamblea para su aprobación o rechazo;

d) Tener acceso a los libros de actas, de contabilidad de la organización y de registro de afiliados, y

e) Proponer censura a cualquiera de los miembros del directorio, en conformidad con lo dispuesto en la letra d) del artículo 24.”

En cuanto a la responsabilidad tributaria, en la misma ley se establece que tales organizaciones quedan exentas del pago de impuestos.

#### b) Factores Económicos

La economía chilena se ubica como la sexta mayor economía de Sudamérica y la segunda del continente en términos de producto interno bruto per cápita, el que corresponde a un total de 14 413 dólares (nominal 2011), 17.380 dólares (PPA 2011). En Chile se caracteriza una economía diversificada y competitiva.

Según la el informe de ejecución trimestral realizado por la Dirección de Presupuestos (DIPRES) del gobierno de Chile, el año 2011 se hizo entrega de 64.833.767.000 millones de pesos al Consejo nacional de la Cultura y las Artes, al desarrollo cultural del país. De este monto total 20.617.876.000 millones fueron asignados a los Fondos Nacionales de leyes, como son: Fondo Nacional de Fomento del Libro, ley 19.227, Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes, ley 19.891, Fondo para el Fomento de la Música Nacional, ley 19.928 y Fondo de Fomento Audiovisual, ley 19.981, más gastos en personal y gastos en bienes y servicios de consumo.

El gasto cultural de las familias chilenas aumenta de manera paulatina en algunos ítems y muy importante en otros. Si bien no ha determinado una cifra clara y actualizada del gasto que según el Instituto de estadísticas, Chile, en la Encuesta de Presupuestos Familiares, emitida el año 2008, las familias chilenas destinan un 4,1% del presupuesto al ítem de recreación y esparcimiento, tramo en el que se agrupan las actividades culturales. Esta cifra se ubica como la última opción, ya que agrupadas de mayor a menor porcentaje, las familias chilenas destinan su presupuesto a; transportes y comunicaciones (22,7%), alimentos y bebidas (22,5%), vivienda (14,7%), otros bienes y servicios (11,9), muebles y cuidados de la casa (7,6%), Enseñanza

(5,9%), salud (5,4%), vestuario y calzado (5,2%) y finalmente a recreación y esparcimiento con la cifra ya expresada.

La inflación es un factor muy relevante para la economía del país y de los grupos familiares en general. Bajo el contexto de este proyecto, un alza constante en los precios de bienes de consumo básico y general, se traduce instantáneamente en una baja de consumo en bienes y servicios culturales, considerando que de antemano, estos se destinan como última opción presupuestaria en las familias chilenas.

Generalmente cuando se habla de inflación se hace referencia al índice de precios al consumo (IPC). El IPC en Chile ha mostrado un aumento, en relación a cifras cercanas a mediados del año anterior. Si bien, durante marzo y abril se ha mostrado una pequeña caída, las noticias nacionales indican que los precios podrían seguir subiendo de manera constante. Las cifras del IPC recién tratadas se pueden ver a continuación.

Tabla N° 10: “Índice de Precios al Consumo. Periodo Julio 2011-Abril 2012”

<b>Periodo</b>	<b>Inflación</b>
Abril 2012	3,516%
Marzo 2012	3,787%
Febrero 2012	4,418%
Enero 2012	4,233%
Diciembre 2011	4,440%
Noviembre 2011	3,928%
Octubre 2011	3,666%
Septiembre 2011	3,269%
Agosto 2011	3,174%
Julio 2011	2,906%

Fuente: Elaboración Propia. Datos Instituto nacional de Estadísticas y portal Internet “Global-rates”.

Dentro de los factores económicos resulta de gran importancia analizar la tasa de desempleo de la población chilena. El desempleo nacional, al igual que en el resto del mundo, se traduce como un elemento que detiene el desarrollo económico del país, además de traer evidentes consecuencias a los grupos familiares. En Chile, la tasa de desempleo es muy inestable, en un mismo periodo de un año se ha demostrado bajas y luego alzas, que si bien, no son alarmantes, evitan mostrar un baja concreta. Para este último periodo de Febrero, Marzo y Abril, la tasa nacional de desempleo corresponde a un 6,6%.

En la región de Valparaíso, la situación muestra datos menos favorables. La tasa de desempleo muestra, para el mismo periodo de Febrero, Marzo y Abril un 8,5%. (INE)

### c) Factores Sociales

La sociedad chilena se compone, según el censo realizado el año 2002, por 15.116.435 millones de personas. En este mismo censo se proyectó que para el año 2012, la población ascendería a un supuesto de 17.402.630 millones de habitantes. De la cifra concreta, del año 2002, se concluyó que de tal población 7.447.695 eran hombres y 7.668.840 correspondía a mujeres.

Es muy importante aclarar, que justo en estos tiempos se está realizando el Censo 2012, cuyo periodo finaliza a fines de Junio 2012. En base a esto, la mayoría de los datos a realizar a continuación se fundan sobre los antecedentes entregados por el censo del año 2002.

De la población cuantificada en el censo 2002, se desprende que un 25,7% de la población es menor de 15 años, el 62,9% tiene entre 15 a 59 años y el 11,4% tiene 60 o más años. Según un estudio realizado el año 2008 por la organización internacional "Alfalit", Chile posee una de las menores tasas de analfabetismo en América Latina. Se estableció que serían dos millones de personas las que no sabrían leer, lo que se traduce en una tasa del 4,3%, cifra que es antecedida por Argentina con un 2,8% y Uruguay con un 4%.

De la población general, para el censo del año 2002 se declaró un total de 692.192 personas como "indígenas", lo que corresponde a un 4,58% de la población total.

El flujo de la población chilena se puede ver reflejado en las ponderaciones de migraciones e inmigraciones. Chile presenta una de las tasas de emigración más bajas de Latinoamérica, si bien, esta tasa ha disminuido, durante la última década, se estima que alrededor de 857.781 chilenos y descendientes de chilenos viven en el extranjero, en donde se cree que un 50,1% estaría en Argentina, un 13,3% en Estados Unidos, un 4,9% en Suecia, un 4,4% en Canadá y un 3,9% en Australia. (Instituto Nacional de Estadísticas y Dirección para la Comunidad de Chilenos en el Exterior, año 2005)

Bajo la misma línea, la tasa de inmigración, a diferencia de los datos de emigración, se ha convertido en un dato relevante, ya que entre el año 2004 y 2010 esta ha incrementado en un 50%, es más, se ha calculado un estimado de 365.459 personas, estas, principalmente provenientes de Perú, Argentina, Bolivia, Ecuador y Colombia.

Según el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la expectativa de vida de los chilenos es la más alta en Sudamérica en 2011; 79,1 años. Para el año 2009 esta era de 78,4 años, en donde mujeres; 81,2 años y hombres 75,7 años.

La región de Valparaíso, lugar del proyecto, cuenta con una población total de 1.539.852 habitantes, según el censo del año 2002. Por otro lado, en relación al crecimiento poblacional, para el 2008 la tasa de natalidad alcanzó un 13,4%, mientras que la tasa de mortalidad alcanzó un 6,1%.

En cuanto a la educación de las personas de la provincia de Valparaíso, se puede concluir que existe un 1,3% que nunca asistió a la escuela, mientras que un 58,7% declara haber terminado su educación (básica y media). A nivel provincial, un 14,6% ha realizado estudios universitarios, mientras que un 4,9% y un 3% han realizado estudios en institutos profesionales y en centros de formación técnica, respectivamente.

Para el año 2010, el número de ocupación económica (personas trabajando) alcanzó a 292.977 personas, de las cuales el 33,4% (97.964 personas), se desempeñó en la actividad económica Servicios sociales, comunales y personales; el 26,9% (77.376 personas), en Comercio; y el 10,5% (30.859 personas), del total de ocupados, desarrolló labores en Industria manufacturera.

Según el censo 2002, los índices de migración de la región de Valparaíso son de un 3,3 para el año 1992 y de un 11,9 para el año 2002, demostrando un alza importante que, incluso, posiciona a la región en segundo lugar con mayor índice de migración, después de la región de Atacama.

Estas migraciones se especifican en los ítems de “emigración” e “inmigración”. En donde, para el periodo entre el año 1997 y el año 2002, se estima que 51.545 hombres inmigraron a la región de Valparaíso, mientras que 41.314 hombres emigraron de la región.

En cuanto a las mujeres, para el mismo periodo, se puede concluir que 47.903 mujeres inmigraron a la región, mientras que 36.923 mujeres emigraron de la Quinta Región.

#### d) Factores Tecnológicos

Se estima que Chile gasta solo un 0,68% del PIB en Investigación y Desarrollo, cifra que se considera muy baja para los expertos nacionales e internacionales, ya que para este ítem gubernamental, es aceptable que un país disponga como mínimo el 1% del Pib nacional. El organismo nacional encargado de este desarrollo es CONICYT, dependiente del Ministerio de Educación.

El acceso a Internet ha aumentado notoriamente, ya que, según la Encuesta de Participación y consumo cultural, para el año 2005 un 40,7% de la población contaba con acceso a Internet, para el año 2009 dicha cifra aumentó a un 55,9%. Sin embargo, existe un vasto número de habitantes que no realizan acceso a Internet (casi la mitad; 45,1%) y las causas son variadas. En la misma encuesta, se establece que un 48,1% de la población que no accede Internet, es por del motivo “No sabe ocupar el computador”, esta cifra esta seguida por el motivo “No le interesa o no le gusta” con un 18,9%, luego “No tiene computador” con un 14,4%. Por último los tres motivos con menor puntuación son: “No tiene Internet en el hogar” con un 7,2%, seguido de “Falta de Tiempo” con un 5,9% y “Falta de dinero” con un 2,4%.

Dentro de las personas que declaran no acceder a Internet con motivo de “No tiene computador” se estima que un 26,8% corresponde a personas de entre 15 a 29 años, un 13,7% a personas de entre 30 a 44 años, un 13,7% a personas de entre 45 a 59 años y un 11,8% a personas de 60 años y más.

Con respecto a la telefonía fija y móvil, Chile se ha posicionado como el país con mayor número de celulares en Sudamérica. Según el Instituto Nacional de Estadísticas, para diciembre del año 2010 la cantidad de celulares asciende a un total de 20.574.000 ejemplares. Se estima que la cantidad de minutos hablados por celular, para octubre del año 2010 fue de 2.670.000, lo que corresponde, aproximadamente, a que cada aparato, utilizó en promedio 137,7 minutos. Se puede estimar, además, que para el año 2010 se han realizado en total 2.027.385.000 llamadas nacionales y 4.362.000 llamadas al extranjero por celulares.

Esta cifra de celulares circulantes a lo largo del país sorprende, ya que para los últimos informes del año 2009 se indicaba que en Chile, existían 17.050.000. Este avance significa un 21% de aumento en la venta y adquisición de celulares, concluyendo, además, que el chileno cambia con frecuencia sus aparatos móviles, lo que determina un grado de obsolescencia muy alto, para los celulares.

Por otra parte, el servicio local, registró 4.895.553.000 llamadas para el año 2009, cifra que decreció a 4.681.173.000 el año 2010. Además, la cantidad de minutos ocupados disminuyó en 3,9%. (Compendio Estadístico, año 2011, INE)

Los vehículos un 88,3% corresponden a tipo particular, lo que equivale un total de 3.225.597 vehículos. En circulación 10,0% el tercer puesto después de metropolitana y región del bio-bio. Esto es por diversos tipos de autos; transporte tipo de carga, transporte colectivo y transporte particular.

e) Factores Ambientales

El área de Extensión y Comercialización del Centro integral de Desarrollo y producción Musical corresponde a; el área encargada de la producción de eventos y no a la generación de productos. Por tanto su incidencia en el medio ambiente no es importante, con respecto a materias primas y sistemas de depósitos. No obstante, la entrega de servicios puede tener variables que, en pequeña o gran medida, afecte el sistema y medio ambiente.

Por su parte, la industria del café, no alcanza a generar ciertos niveles de impacto ambientales como sucede en Nicaragua, Colombia, Venezuela, entre otros, ya que tal producto, no se cultiva en Chile. Sin embargo, es muy importante destacar que los residuos tienen un bajo nivel de deterioro ambiental. Por esto, es importante revisar tales materias y buscar las mejores alternativas a la unidad en concesión para reutilizar los residuos del café en nuevas opciones que proponen ciertos estudios de cuidado ambiental.

En la unidad de producción, el impacto ambiental se puede generar, una vez que se realicen los conciertos. En este aspecto conjugan dos variantes, las que son el soporte de personas (posible contaminación) y los ruidos molestos, según las ordenanzas municipales.

El área de Extensión y comercialización del centro debe procurar por la posterior limpieza y mantención del lugar en donde se encuentran las instalaciones como del sector, una vez que se haya concretado un espectáculo. Mientras que los ruidos molestos se regulan según leyes y normas dictadas por los municipios, los cuales salvaguardan el derecho de vivir tranquilo bajo un medio ambiente libre de contaminación.

f) Factores Legales

Las legalidades sobre las cuales se debe regir el funcionamiento del Área de Extensión y Comercialización del Centro Integral, son principalmente, en una primera etapa, los permisos municipales e institucionales para construcción, normas de decibeles permitidos, derechos de autor, contrataciones, regulación sanitaria, entre otros.

Dentro de las primeras legalidades para la implementación del Área de Extensión y Comercialización del centro integral, se encuentran: establecer la iniciación de actividades, constitución de sociedad (organización/corporación), permiso de edificación, trámites sanitarios y eléctricos (S.E.C.), patentes comerciales municipales, certificados municipales.

Los alcances del Área de Extensión y Comercialización responden netamente a la entrega de servicios complementarios para el desarrollo musical como a la producción de eventos. Para el desarrollo de este último se deben cumplir legalidades como son las contrataciones de artistas para eventos/conciertos, como además el cumplimiento de las normas referidas al cumplimiento de decibeles permitidos en ciertas zonas y sectores de la ciudad. Efectivamente, las normas que regulan los “ruidos molestos” son:

- La constitución política
- Ley General de Medio Ambiente
- Decreto N° 146
- Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones. Art. 5.8.3

Las ordenanzas municipales se encargan de regular: *“Todos los ruidos producidos en la vía pública, calles, plazas y paseos públicos; espacio aéreo, salas de espectáculos, centros de reuniones, casas o locales de comercio de todo género, iglesias y casas religiosas. Los ruidos generados en todos los inmuebles y lugares en que se desarrollen actividades públicas o privadas, así como en las casas habitaciones individuales y colectivas. Se aplican especialmente a restaurantes, fuentes de soda y salas de juego.*

*Las ordenanzas municipales dictan disposiciones, prohibiciones y sanciones para proteger de la contaminación acústica a la población que reside en la comuna. Estos reglamentos varían de un municipio a otro.”* (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, Boletín BCN Legislativa)

Los decibeles permitidos son: “Para zonas residenciales, es de 55 decibeles en horario de 7 a 21, y de 45 en horario de 21 a 7 horas. Los decibeles miden la presión sonora del ambiente, de acuerdo a su potencia o intensidad.”

Pese a las políticas, normas y ordenanzas impuestas para el cumplimiento de decibeles permitidos, evitando molestias y afectando la calidad de vida, el Área de Extensión y Comercialización del Centro integral, creará una sala de conciertos, la que pueda, en su mayor medida, evitar la emisión de ruidos molestos al exterior. Mientras que el café interactivo musical, siempre que realice un concierto en pequeño formato, cuando sea al exterior de este, deberá atender las normas impuestas por las institucionalidades dictadoras y reguladoras.

En cuanto al personal requerido para el funcionamiento del Área del Centro Integral, las remuneraciones deben, de igual manera, regirse ante las leyes. Por una parte cada persona que ejerza un cargo en el área el centro tiene que ser contratado por ley y cuanto al monto de remuneraciones, la Ley N° 20.524, en reajuste al monto mínimo mensual, dictada el 14 de Julio del año 2011, establece en el Artículo 1° lo siguiente: “*Elévese, a contar del 1 de Julio de 2011, de \$172.000 a \$182.000 el monto del ingreso mínimo mensual APRA los trabajadores mayores de 18 años de edad y hasta de 65 años de edad.*” (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2011)

Bajo la misma línea de resguardo al trabajador, el Área de Extensión y Comercialización estimará y deberá respetar las legalidades referidas a la seguridad del empleado, las leyes sindicales, en tal caso, respeto por días feriados, entre otras, que puedan comprometer el respecto, derecho y deber del trabajador.

Una de las legalidades que conjuga en gran medida con los alcances del proyecto es sobre la propiedad intelectual. La reproducción de una pista o “tema” musical de algún artista o banda musical, significa interactuar de inmediato con los derechos de autor y la consiguiente ley de propiedad intelectual. El gran organismo encargado de velar por la ley de propiedad intelectual, en materia musical, es la Sociedad Chilena de Derecho de Autor (SCD).

En Chile la Ley N° 17.339 dictada el 02 de Octubre de 1990 junto a variadas reajustes y modificaciones, es la encargada de regular el Derecho de Autor. En tal Ley se especifica que “Derechos de Autor” son: “*los derechos que adquieren los autores de obras de la inteligencia en los dominios literarios, artísticos y científicos, cualquiera que sea su forma de expresión, y los derechos conexos que ella determina*” (Biblioteca del Congreso Nacional).

Los titulares de los derechos de Autor son según el caso: escritores, compositores, cineastas, entre otros, artistas intérpretes o ejecutantes (cantantes, autores, etc.), productores de fonogramas (discos, CDs etc.) y organismos de radiodifusión (radios, canales de TV, etc.) o a quienes estos hubieran cedido sus derechos.

Las obras que protege esta ley son variadas, entre ellas están: Libros y escritos, Conferencias, discursos y memorias, Obras teatrales y coreográficas, Programas de radio y TV, Composiciones musicales, entre muchas otras más. En cuanto a las composiciones musicales según la ley, quien difunda fonogramas por radio, TV o cualquier forma de comunicación al público, debe pagar una retribución a sus titulares. Esa retribución puede ser cobrada por una entidad de gestión colectiva, que hará llegar los dineros a quienes correspondan. Un ejemplo de entidad de gestión es la Sociedad Chilena del Derecho de Autor. (SCD).

La SCD es una organización privada que nace el año 1987, formada por un grupo de músicos, con el fin de contar con herramientas eficaces para recaudar los derechos de sus obras. El año

1992 se establece como una organización autónoma, tras haber funcionado al amparo de la Universidad de Chile.

Hoy propone como su misión: “Gestionar de forma eficiente el repertorio musical que nos han encomendado tanto nuestros socios y afiliados, intérpretes y autores nacionales, como los autores extranjeros y otros titulares de derechos de autor y conexos, mediante el control del uso de ese repertorio, su licenciamiento, y la correspondiente recaudación de derechos. Promover actividades o servicios de carácter asistencial en beneficio de nuestros miembros y representantes, estimular la creación de música nacional, y en general, representar, estimular y defender los intereses morales y patrimoniales de los autores, compositores y artistas, intérpretes y ejecutantes.”

#### 7.1.2 Análisis Micro-entorno: Las 5 Fuerzas de Porter

Las 5 fuerzas de Porter es una herramienta encargada de analizar, los niveles de competitividad y rivalidad existentes entre la industria cercana y las empresas dedicadas al mismo rubro de negocio que el del proyecto a presentar. Esta herramienta analiza los niveles de competitividad, además de las barreras que pueden obstaculizar el desarrollo del proyecto, por medio del análisis de las siguientes líneas: Amenaza de Nuevos Competidores, Rivalidad Competitiva, Amenaza de Ingreso de Productos/Servicios Sustitutos, Poder de Negociación de los Compradores y Poder de Negociación de los Proveedores.

##### a) Amenaza de Nuevos Competidores

La industria musical, hoy en día, no conforma una industria cuyos requerimientos y servicios se encuentren altamente cubiertos por la oferta actual, tanto a nivel regional como nacional. Bajo estas premisas y de manera consecuente, el área de Extensión y Comercialización del centro integral de desarrollo y producción musical no tiene competencia directa, debido a los servicios que integra infraestructural y organizacionalmente, sin embargo, en la industria musical se encuentra actualmente la presencia de servicios, que si bien responden a una oferta individualizada de la producción musical, podrían ser y serán, en cierta medida, una amenaza a ciertas unidades del Área de Extensión y Comercialización, como además, podrían amenazar a ciertas unidades de otras áreas del Centro Integral a implementar. Por ejemplo se puede ver en el área de creación y perfeccionamiento con los estudios de grabación.

El escenario resulta muy llamativo para la generación de nuevos proyectos como estos, ya que la industria musical está viviendo en Chile un paulatino impulso desde el año 2005 hasta ahora, es así como, a modo de ejemplificación, la asistencia a conciertos aumenta de un 27,5% el año

2005 a un 29,3% para el año 2009. Por otra parte aumentan las ventas de Cd's, luego de una durable baja, tras las libres descargas vía internet, entre otros factores favorables, que de a poco irán formando un nuevo auge en la industria musical chilena. Hecho que consecuentemente podrá atraer la aparición de competidores directos e indirectos a las unidades englobadas en las áreas del proyecto, y en el Área de Extensión y Comercialización en específico.

Las barreras para la aparición de nuevos competidores corresponderán a los factores gubernamentales que permiten la institucionalización de un proyecto de tal envergadura, como son; la constitución organizacional, las patentes comerciales, los permisos municipales, entre otros.

Por otra parte, la estructuración organizacional, productiva y estratégica, además de los esfuerzos y eventos realizados de antemano por la organización MIV, por Centro Integral y del Área de extensión y comercialización a implementar, pasan ser directamente una barrera para la aparición de nuevos competidores, ya que este proyecto se desarrolla tras la visión y el trabajo de años de ciertos músicos, artistas y profesionales que han debido lidiar y aprender de materias profesionales como es la gestión y producción de eventos, además de la búsqueda y recaudación de fondos que permitieran la elaboración de los mismos. El producto de la mirada, atención y administración realizada por músicos ayuda y respalda al proyecto a tener un perfil que responde netamente al desarrollo y al fomento de la industria musical chilena, y no a un simple negocio sobre el cuál sacar utilidades.

#### b) Rivalidad Competitiva

Como se ha mencionado anteriormente, el Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical y el área (Fase) a implementar no tienen una competencia directa. Las posibles competencias que pueden interferir en el entorno del Área de Extensión y Comercialización y del Centro en sí, son aquellos negocios, empresas u organizaciones que hacen entrega de diversos servicios especializados, referentes a la industria musical, los cuales competirán con ciertas unidades del área y del centro en general.

Por lo tanto, para esta etapa de análisis se ha decidido no realizar el Análisis de los Grupos Estratégicos (AGE), ya que, primeramente, competencia directa no existe con el área del proyecto implementar, y en segundo, aquellas organizaciones dedicadas a entregar servicios relacionados con la producción de eventos musicales responden a ciertas unidades del área (fase) del centro, considerando, además, que estos son generalmente entre 1 o 2 organizaciones, por lo que, entonces, resulta poco eficiente realizar el AGE.

No obstante, para determinar el análisis de la rivalidad, se detectarán aquellos servicios dispuestos en la región de Valparaíso que pudiesen formar parte de la competencia del área de Extensión y comercialización.

Para la sala de conciertos con capacidad para 400 personas, tiene en Valparaíso como espacio de competencia el Teatro Municipal de Valparaíso y en cierta medida, el Teatro Mauri, ubicado en Cerro Alegre.

La Sala de exposición artística tiene como competencia a diversas salas, espacios y zonas de intervención cultural, por lo que resulta muy difícil identificar a tales espacios que pudiesen formar competencia.

El café interactivo, por su parte, no tiene competencia directa, ya que como servicio complementario entrega, más que un servicio de cafetería, una experiencia interactiva y momentos de recreación y esparcimiento.

Por otra parte, la tienda tipo disquera tiene como competencia a, en este ámbito; “Discos Mayra”. Esta tienda forma, indistintamente, la competencia para la unidad del área del centro, ya que las grandes tiendas han eliminado en sus secciones la venta de CDs, DVD, y en su gran mayoría, la venta de instrumentos, la gran tienda “Feria Mix” también ha “desaparecido” de la ciudad de Valparaíso.

En conclusión, para el área de Extensión y Comercialización no existe un alto grado de rivalidad, ya que la competencia no es compuesta ni pasa a ser efectivamente una competencia ni para el área a implementar ni menos para el centro integral en general. Sin embargo, esta competencia es especializada y no concierne una rivalidad directa para el proyecto a implementar en sí.

c) Amenaza de Ingreso de Productos/Servicios Sustitutos

Como ya se ha visto, es casi imposible que una organización o empresa logre entregar los mismos servicios y consecuentes productos que dispondrá y generará el Centro Integral, no presentando actuales amenazas de servicios sustitutos relevantes hasta el momento. Sin embargo, con una industria que se ve favorecida paulatinamente, es muy probable que aparezcan nuevos competidores, quienes dispongan sus servicios especializados e individualizados al desarrollo de ciertas áreas de la industria musical chilena. Esto pasa ser evidentemente una amenaza a los diversos servicios que ofrecerá el centro, dentro de lo cual pueden surgir sustitutos en lo que concierne: estudios de grabación, salas de ensayo, registro audiovisual, entre otros.

El grado de amenaza para el Área de Extensión y Comercialización es bajo, considerando que al dedicarse esta área a la extensión y, por tanto, a la producción de eventos, las capacidades y estructuras físicas que va a integrar este proyecto responden a la realización de eventos bajo un estándar de calidad. Por otra parte, como se pudo ver en el estudio de localización, los espacios en Valparaíso para la realización de un proyecto como este no son variados.

d) Poder de Negociación de los Compradores

En muchas industrias es usual que los compradores posean mayor poder de negociación. A pesar de esto, el poder de negociación de los consumidores del Área de Extensión y comercialización es bajo. Esto se debe a que “Espacio Miv” será el único agente generador de espectáculos musicales de bandas y artistas profesionales y emergentes. Servicio que, si bien, se entrega actualmente, este se hace de manera especializada y en un periodo determinado para el evento en específico.

Por otra parte, el resto de las unidades incluidas en el Área de Extensión y Comercialización no cuentan con competencia directa, lo que hace que el nivel y el poder de negociación por parte de los compradores sea bajo, ya que para consumir o ser espectadores de servicios del tipo agrupados en esta área a implementar, sólo tendrán el “Espacio Miv” como opción.

e) Poder de Negociación de los Proveedores

Para esta área a implementar, el poder de negociación se divide en las unidades que cuenta el área a implementar. Es así como para el área de exposiciones, las obras a exponer son escasas y únicas en su tipo (creación de artistas), el poder de negociación es alto, ya que estos pueden escoger en diversos espacios destinados a la exposición de sus obras. Lo mismo sucede con el espacio de concierto, en donde los artistas resultan ser un recurso escaso, quienes poseen un poder de negociación alto.

Por otra parte, las unidades de comercialización son espacios que se entregarán en concesión. Sin embargo, las cláusulas de funcionamiento establecerán las condiciones y requerimientos que debe cumplir cada espacio. El espacio de ventas, se dedicará a la venta de instrumentos, cd's, dvd's y vinilos, en donde se incluirán aquellas obras desarrolladas por el centro. Por tanto, este espacio requiere del abastecimiento de instrumentos y los discos en sus diversos formatos, necesidad que se encuentra ampliamente cubierta gracias a la gran gama de ofertas que hay en el mercado, dejando un bajo margen de negociación por parte de los proveedores.

El café interactivo, como negocio requiere del constante abastecimiento de insumos y materias primas necesarias para la entrega del servicio. Sin embargo, el poder de negociación de los proveedores es bajo, ya que la oferta los insumos como el café, pastelería, sandwichera, entre otros, es amplia.

## 7.2 Generación de Valor

Las organizaciones y empresas hablan de generara valor como una actividad fundamental para que estas perduren en el tiempo y puedan sobrellevar los altos y bajos del mercado. Sin embargo, este concepto ya no es sólo aplicable a empresas u organizaciones dedicadas netamente a generar rentabilidades, sino que generar valor se ha tornado un concepto imprescindible en el área de la gestión empresarial, independiente del tamaño de esta, el cual funciona como una poderosa herramienta para el análisis estratégico.

El hecho de que cada organización cuente con un valor agregado en la entrega de sus productos y/o servicios, significa que tal se puede adaptar de manera más fácil a los constantes cambios del mercado. El valor que logre alcanzar la organización para el cliente, en línea con lo anterior, se traducirá en la transformación del valor intangible en un valor tangible monetario para la organización. Toda compañía requiere y busca como alcanzar mayor rentabilidad, por su parte el proceso de generación de valor, además de lograr posicionar a la marca u organización en la mente del cliente, entre otros, genera un valor económico el cual se convierte en un margen mayor de utilidad para la compañía.

El proceso de generación de valor, hoy en día, lleva a cabo a través de los factores internos de la organización, los cuales corresponden a; las actividades, los recursos y las capacidades. Sin embargo, este análisis se elabora desde la perspectiva de los recursos y de las actividades.

### 7.2.1 Perspectiva desde los recursos

La generación de valor desde la perspectiva de los recursos, hace referencia al análisis de los recursos tangibles como intangibles que puedan comprenderse en la organización.

Es muy importante detectar los recursos y el tipo de recurso que posee la organización, para así poder detectar aquél que es perdurable en el tiempo y que por tanto pasa a ser un recurso estratégico de la organización, el o los cuales pueden formar indistintamente o en conjunto una ventaja competitiva.

Dentro de los recursos tangibles se pueden encontrar los recursos financieros, los recursos humanos, los recursos físicos, los recursos elementales del funcionamiento de la organización como pueden ser: los insumos, las patentes, la exclusividad de un producto o servicio, el equipamiento, entre otros.

Mientras que dentro de los recursos intangibles de la organización se pueden encontrar; la marca, el posicionamiento, el valor ante el cliente, los recursos destinados a la innovación, el Know how, la cultura organizacional, entre otros.

Independiente del recurso estratégico que tenga la organización, lo importante es lograr identificarlo, determinar el beneficio que entrega a esta misma, y determinar cómo explotar su potencial para que en el tiempo se pueda traducir en una ventaja competitiva.

Para que un recurso sea un recurso estratégico, este debe ser perdurable en el tiempo, y para que tal recurso se mantenga en el tiempo este debe cumplir paralelamente con tres condiciones, las cuales son; Escasez, Demanda y Apropiabilidad.

#### 7.2.2 Desde la perspectiva de las actividades

La generación de valor desde la perspectiva de las actividades consiste en elaborar un proceso, el cual se debe al análisis de la interconexión y el desarrollo de cómo se llevan a cabo las actividades necesarias en las distintas áreas básicas de la organización, junto a las actividades de apoyo.

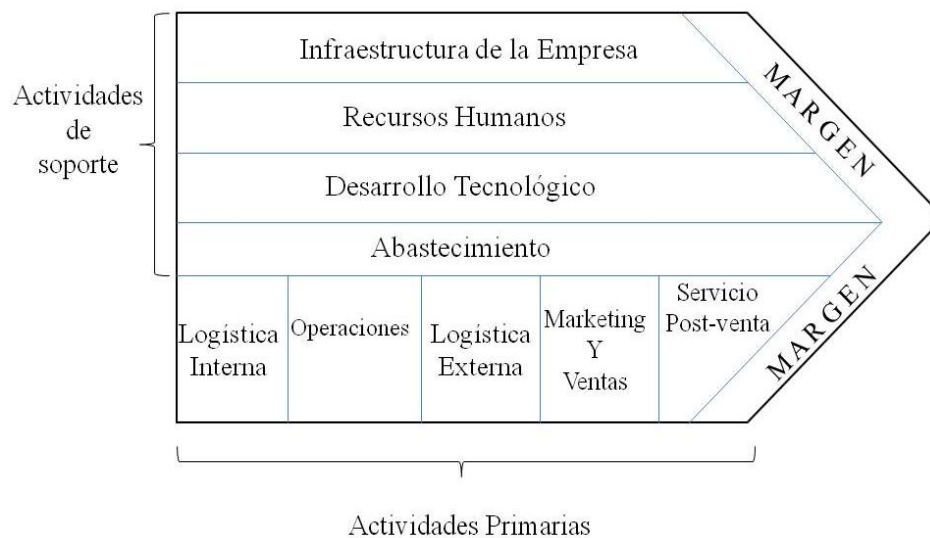
Este proceso completo se denomina; “cadena de valor”. El modelo de la cadena de valor cumple la función de generar un valor para el cliente final, por medio del análisis permite detectar las actividades distintivas, las cuales responden a la conformación de la ventaja competitiva de la organización.

#### 7.2.3 Cadena de Valor

El modelo de la cadena de valor se realiza desde el análisis de las actividades primarias y las actividades de apoyo, en donde las primeras responden a los procesos claves que realiza la organización, mientras que las otras se refieren al análisis de los procesos que ayudan al desarrollo de las actividades primarias, respectivamente.

Este proceso se considera, hoy en día, como una herramienta fundamental al momento de realizar la planificación estratégica en cualquier organización. Este nivel de importancia otorgado al uso de la Cadena de Valor se le atribuye a Michael Porter al popularizar tal modelo, propuesto por Alexander Borja, en su libro “Ventaja Competitiva, año 1985”

Imagen N° 7: “Cadena de Valor, Michael Porter”



Fuente: “Ventaja Competitiva”, Michael E. Porter, Año 1985.

#### A) Actividades de Apoyo

##### 1) Infraestructura de la Empresa/organización

El área de Creación y Perfeccionamiento se encontrará establecida en el Parque Cultural Valparaíso (Ex Cárcel), lugar que, una vez terminado, contará con una conjugación entre diversas disciplinas artísticas, de las cuales se desprende la música. Su infraestructura contará con equipamientos de alta calidad. Por otra parte, para el área de Extensión y Sensibilización, se propone como ubicación el Palacio Subercaseaux, su infraestructura contará con un espacio de conciertos a gran escala, cuya capacidad será para 400 personas y una sala de conciertos para 100 personas, también una sala de exposición artística con capacidad para 100 personas, un punto de ventas de instrumentos y obras musicales en formato de Cd, Vinilo y Dvd tanto externas como de obras generadas por el centro. Además la infraestructura contará con un café interactivo de temática netamente musical. En esta etapa del proyecto; área de extensión y comercialización, también se emplazará la oficina administrativa y de gestión cultural.

Para ambas salas de muestra (conciertos y exposiciones) se dispondrá con equipamientos de alta calidad, los que permitan un desarrollo óptimo de cada actividad y evento a concretar.

## 2) Recursos Humanos

El Centro Integral realizará un reclutamiento de personas profesionales ligadas a las diversas líneas de funcionamiento y de servicio a ofrecer por este, como es en el caso de la producción musical; profesionales en sonido, acústica, música, productores ejecutivos, entre otros.

La etapa del proyecto a implementar

De igual manera, para esta etapa del proyecto, se realizará un reclutamiento de personas profesionales en las diversas líneas que abarque el área de extensión y comercialización. Es así, como para la unidad de la administración y gestión cultural y la unidad de producción, en ambos casos, deberán ser personas relacionadas con el área a desempeñar, con experiencia y con capacidades compatibles para el desempeño y buen funcionamiento del centro en general. Si bien, cada área organizacional del proyecto requiere de personas especializadas en diversas áreas, el centro en general, contará con personas netamente profesionales para así poder entregar aquel servicio y producto de calidad que logre poner en valor la industria musical de la región y el país a nivel nacional e internacional, y que se propone el Centro Integral.

## 3) Desarrollo Tecnológico

Para el funcionamiento de cada área es importante contar con equipamientos, servicios y sistemas de calidad y última tecnología, esto para poder realizar un trabajo eficiente y conseguir la concreción de un gran número de proyectos.

Para esta etapa del proyecto se contará con equipamientos de alta gran calidad y de última tecnología, los que permitan desarrollar eventos musicales de alto estándar. Estos equipamientos van desde el backline para conciertos, el sistema de iluminación, los equipos de proyección audiovisual, entre otros.

Por otra parte, se propone para las áreas organizacionales del Área de Extensión y Comercialización, el uso de computadores de gran calidad y de último avance tecnológico, lo que permita realizar un trabajo eficiente. De igual manera, el uso de tecnologías se podrá ver reflejado en los programas software a utilizar por los trabajadores, los cuales permitan desarrollar trabajos de forma más rápida y con mejores resultados.

#### 4) Abastecimiento

El área de extensión y comercialización será la encargada de entregar servicios complementarios y directos con el mercado potencial y real. Cada unidad o espacio se ocupará de abastecerse con los mejores proveedores de la industria musical y de las demás industrias a conjugar en el área de Extensión y Sensibilización. Las unidades de “Café interactivo” y “Punto de ventas” serán, las que requieran de un abastecimiento constante, ya que estas realizan el servicio de comercialización, por tanto, se necesita de un abastecimiento constante de insumos que les permitan entregar sus servicios. Para esto, considerando que son puntos entregados a concesión, se estipulará la venta de los mejores productos calificados en el mercado, tanto de instrumentos y equipos como el abastecimiento de café, respectivamente.

#### B1) Actividades Primarias

##### 1) Logística Interna

Para el área de extensión y comercialización la logística interna responde a las funciones de cada unidad. En la unidad de producción; salas de conciertos y de exposición, se contará con la instrumentación y equipamientos necesarios para la realización de un concierto o exposición, ya sea de obras (piezas artísticas) como audiovisuales. Para el caso de las presentaciones musicales, el “espacio MIV” contará con los equipamientos necesarios para la producción de los eventos, evitando en lo mayor posible el traslado de instrumentaría para los artista emergentes (reducir costo para estos). Por tanto la logística interna responde específicamente al montaje de escenario, pruebas de sonido, y la presentación en sí. En cuanto a las salas de exposición, la logística interna contempla los procesos de recepción de obras, instalación, exposición, retiro para ser guardados en bodega y luego hacer entrega de estas al artista creador. Esto es tanto para piezas artísticas como para la exposición de obras audiovisuales.

La logística interna del punto de ventas concierne la recepción y el almacenamiento (bodega) de los instrumentos, cd's, dvd's y vinilos. Luego estos se disponen en estanterías para su venta. Mientras que la logística interna del café interactivo concierne la recepción de insumos, el almacenamiento de estos y la posterior entrega del servicio. El cliente durante el consumo del servicio, puede, al mismo tiempo, interactuar con los instrumentos dispuestos en el café, como además, en otras instancias, disfrutar de un concierto en pequeño formato.

## 2) Operaciones

Las operaciones necesarias para la funcionalidad del centro y de las áreas en específico se estructurarán de manera tal que en conjunto logren y permitan la entrega de un servicio rápido, eficiente e íntegro.

En el Área de Extensión y Comercialización, las operaciones responden netamente a materias administrativas y de producción de eventos, ya que los productos como tales, no se generan en esta área. Sin embargo, para esta etapa del proyecto, se integran aquellos servicios directos con el público y mercado objetivo.

La unidad de producción, realizará operaciones como es la preparación de equipos, instalación, ubicación sobre el escenario, pruebas de sonido, timming desde las pruebas hasta finalización del evento, prueba iluminación, retiro de instrumentos y almacenamiento en bodega de equipos e instrumentos. La venta de entradas para este tipo de espectáculos (si el evento lo requiere) se realizará en el espacio mismo, como además en otras empresas u organizaciones con las cuales se haya establecido un vínculo estratégico. La unidad o espacio destinado a concesión que corresponde al café temático musical, es el aparato que desarrollará operaciones de materias primas para la elaboración y entrega de un servicio en sí; cafetería.

El resto de las operaciones responden a la gestión, administración, programación producción y la generación de nuevas estrategias que permitan, bajo el funcionamiento de esta área, hacer del centro el mayor ente generador de eventos musicales y espacios destinados al desarrollo y goce de eventos artísticos culturales musicales. Estas operaciones que responden al área administrativa, es estructuran en un plan funcional de organización elaborado para llevar a cabo las tareas necesarias de la forma más eficiente posible.

## 3) Logística Externa

La logística externa, al igual que la interna responde a las especificaciones de cada unidad. Es por esto que, para las unidades o espacios de presentación musical, el espectador vendrá al concierto ofrecido en cualquier de las salas de conciertos, disfrutará del espectáculo y luego deberá hacer retiro del lugar, pudiendo recorrer el resto de los espacios públicos e instalaciones del “espacio MIV”.

Para la sala de exposición artística, el espectador, luego de ver la exposición, puede hacer compra de la obra, y luego este podrá retirarse del lugar o ir a otro sector o espacio del espacio.

Para los espacios en concesión la logística externa se fundamentará según la estructura que los encargados propongan, sin embargo, la logística global de negocios de estas características es que el cliente compra el instrumento, cancela ya sea en efectivo o crédito y el negocio haga entrega del producto adquirido; para el caso del punto de ventas. Mientras que para el café temático, el cliente, luego de interactuar con los instrumentos, y consumir sus productos haga el pedido de la cuenta, cancele, ya sea en efectivo o crédito y se retire del lugar.

#### 4) Marketing y Ventas

Las Estrategias de Marketing serán las encargadas de impulsar la venta de obras, como el consumo de servicios entregados por este. Para el área de marketing y ventas se ha elaborado un plan estratégico que permita responder a las dinámicas que se desarrollarán en esta fase del proyecto. Además de este plan se proponen nuevas y constantes estrategias que se puedan desarrollar en esta área.

Por otro lado, las estrategias de marketing incluyen la publicación y promoción de las unidades dispuestas en concesión, evitando la disgregación de los objetivos y metas propuestas para el centro en general, como también la disgregación de los servicios a entregar.

#### 5) Servicio Post-Venta

Para la unidad de producción no existirá el servicio post-venta, considerando que este será el encargado de realizar eventos musicales. No obstante, esta fase del proyecto se encargará de que las unidades en concesión se ocupen de entregar un servicio post-venta, sobre todo para la venta de instrumentos. Permitiendo, entonces crear un mejor lazo entre los clientes y consumidores.

### 7.3 Ventaja competitiva

La ventaja competitiva del Área de Extensión y Comercialización está dada por distintos factores.

Por una parte, está el recurso de la ubicación. El edificio se emplaza en Calle Serrano, lugar ubicado en el corazón del casco histórico de la ciudad. Además de tener un carácter patrimonial importante, el lugar cuenta con fácil acceso y es un espacio grande, el cual soporta todas las unidades establecidas para el área de extensión a implementar. Otra de los beneficios de este

lugar, es que se encuentra a solo pasos de la histórica plaza Echaurren y a también a solo pasos de la Plaza Sotomayor, otro lugar de gran importancia en la ciudad de Valparaíso, lugar que alberga en un costado al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Otros elementos que generan una ventaja competitiva del Área de Extensión y Comercialización, es el recurso humano, el cual se crea en base a personas profesionales y/o con una gran experiencia que avale de manera concreta las capacidades y habilidades de estos, para la estructuración y elaboración de proyectos musicales de calidad, eficientes y que pongan en valor constantemente a la industria musical nacional.

Por otra parte, la ventaja del proyecto a que no existe en la región y el país una propuesta tangible que pueda responder de forma concreta a las verdaderas necesidades para el desarrollo de la industria musical.

#### 7.4 FODA

- Fortalezas

El área de Extensión y Comercialización conforma una estructura con grandes cualidades administrativas, ya que quienes llevarán a cabo las tareas y las labores internas del “Espacio Miv”, aparte de ser profesionales en las áreas independizadas, serán personas que están ligadas de alguna u otra forma a la industria musical, personas que con años de experiencia han sabido manejar los constantes cambios de la industria y adecuaciones a los escenarios.

Otra Fortaleza de esta área del proyecto a implementar es que en la región ni en el país se ha generado algún proyecto de esta envergadura y con tales características.

El equipamiento con el que cuenta cada unidad englobada dentro de esta área conforma una fortaleza para estructura, la que permitirá un buen desarrollo de eventos musicales de gran calidad.

- Debilidades

El alto costo de inversión que requiere el proyecto a implementar conforma de antemano una debilidad para el proyecto.

Una de las principales debilidades es que el mercado no acostumbra realizar un pago por ser espectadores de bandas emergentes. Esto genera, entonces que, en relación a costo variable y el precio de venta (derecho de admisión), el margen de utilidad no es mayor, dejando pequeñas utilidades en comparación con la asistencia a bandas o artistas profesionales.

Dentro del mismo ámbito económico, el proyecto en sí no cuenta con una base monetaria para la implementación del área del centro. Por lo que será necesario, buscar fuentes de financiamiento.

- Amenazas

Como principal amenaza se encuentran los factores negativos del sector a implementar el proyecto, el cual se caracteriza por sus altos niveles de delincuencia, vandalismo, tráfico, entre tantos otros factores negativos.

Otra de las amenazas al proyecto el proceso de cambio en cuanto a la modalidad y el monto que se está otorgando en los Fondos concursables de Cultura. Hecho que puede ir mejorando o empeorando según nuevos cambios constitucionales o de gobierno.

Otra amenaza es el poco incentivo por parte de algunos agentes de la comunidad por el consumo y la participación de eventos culturales.

- Oportunidades

Dentro de las oportunidades se puede determinar la influencia de El Consejo de Monumentos Nacionales, agente que puede intervenir de manera beneficiosa en la concreción del proyecto, y de proyectos culturales en sí, en rescate de los inmuebles como del sector de Calle Serrano: parte del casco histórico de la ciudad.

Debido al deterioro del sector calle serrano y del inmueble considerado en sí, se pueden y se están estudiando las posibilidades de gestionar y promover nuevos fondos en recuperación y conservación del patrimonio material, hecho que puede beneficiar a la implementación de este proyecto en particular.

## 7.5 Marketing Mix, Análisis de las 7 P

Según el libro “Dirección del Marketing”, por Philip Kotler el marketing es: “...el arte y la ciencia de seleccionar los mercados meta y lograr conquistar, mantener e incrementar el número de clientes mediante la generación, comunicación y entrega de un mayor valor para el cliente.”

El marketing es un conjunto de principios, metodologías y técnicas a través de las cuales se busca conquistar un mercado, colaborar en la obtención de los objetivos de la organización, y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores.

Una vez definidas y determinadas las estratégicas y líneas de marketing este orienta la administración del mercado. Así mismo, el marketing busca fidelizar clientes, mediante herramientas y estrategias: posiciona en la mente del consumidor un producto, marca, entre otros, buscando ser la opción principal y llegar al usuario final; parte de las necesidades del cliente o consumidor, para diseñar, organizar, ejecutar y controlar la función comercializadora de la organización.

Esta visión positiva por parte del cliente se logra conseguir, una vez que la organización realice un plan de marketing, en otras palabras, una vez que la organización gestione su propio producto, su precio, su relación con los clientes, con los proveedores y con sus propios empleados, la propia publicidad en diversos medios y soportes, la presencia en los medios de comunicación, etcétera.

El *marketing mix* es el conjunto de técnicas que se utilizan para generar e implantar las estrategias de marketing que logren alcanzar los objetivos establecidos. En los inicios, se proponía para el *marketing mix*, desarrollar 4 estructuras teóricas, estas son; Producto, Precio, Plaza y Promoción. Sin embargo, plaza y promoción se han traducido y adaptado, para el mercado latinoamericano como Distribución y Comunicación, respectivamente. Igualmente, durante este último tiempo, autores recientes plantean integrar a estas 4 estructuras, la suma de 3 nuevas estructuras, que son; Personal, Proceso y Evidencia Física

### 7.5.1 Servicio

Los servicios a entregar por el Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical, son variados y responden a diferentes líneas requeridas para un buen desarrollo en la producción de eventos, en fomento a la industria musical.

Los servicios que integra esta etapa del proyecto a implementar son:

- Servicio de Conciertos: esto por medio de la sala de conciertos para 400 personas y una sala de conciertos para 100 personas.
- Sala de Exposición de piezas artísticas con temática musical
- Sala de Exposición Audiovisual como servicio complementario de la obra musical
- Café Interactivo de temática musical
- Punto de ventas de instrumentos y obras musicales.

Cada servicio a entregar por el Área de Extensión y comercialización responden a las líneas de recreación, esparcimiento y desarrollo potencial de la producción musical chilena. Esta área agrupa los espacios de recreación y puesta en valor de la música nacional.

#### 7.5.2 Distribución

Todos los canales de distribución de los servicios a conjugar en el Área de Extensión y Comercialización serán canales directos. Esto se debe a que cada unidad de servicio se entregará directamente en la infraestructura a realizar.

Por otra parte, la publicidad se puede realizar de manera indirecta, esto es a través de los medios con los cuales se establezcan las alianzas estratégicas y comerciales.

#### 7.5.3 Precio

El principal servicio que entrega el Área de Extensión y Comercialización del Centro Integral es la producción de eventos: conciertos en pequeño y mediano formato.

Por otra parte, está la entrega de servicio de Cafetería y Punto de Ventas, ambas unidades a entregar en concesión, las cuales deberán establecer sus propios precios, dependiendo de las necesidades y requerimientos económicos de cada unidad.

Ahora, el costo de entrada o derecho de admisión establecido por el Área de Extensión y Comercialización es diferente según el evento a realizar y estos se han establecido en base a la estructura de costos. Este se logró determinar una vez realizado el estudio financiero del proyecto, en donde se delimitaron los costos fijos y los costos variables que se requieren para el desarrollo de los eventos artísticos musicales.

Los costos variables se estructuran según el costo que requiere la contratación de artistas y/o bandas musicales, ya sean estos profesionales o emergentes.

Considerando que los costos fijos establecidos luego del estudio financiero del proyecto a implementar, alcanzan el monto de: \$ 1.580.000.-

Bajo esta base de costos fijos, se debe sumar a estos el costo de variable según el proyecto musical a realizar, en donde:

- Bandas Profesionales: considerando un pago promedio de \$ 675.000.- establecido bajo los montos de 400.000, 500.000, 800.000 y 1.000.000 de pesos. El costo variable asciende a: \$ 2.700.000.-

Costo de admisión (entrada): \$ 8.000.-

- Bandas Emergentes: Considerando un costo promedio de 84.000.- establecido bajo los montos de 50.000, 70.000, 80.000, 100.000 y 120.000 mil pesos. El costo variable asciende a: \$ 336.000.-

Costo de admisión (entrada): 4.000.-

Otro de los precios, establecidos por el área de Extensión y Comercialización es el costo de arrendamiento de las unidades en concesión, en donde para el punto de venta se ha establecido el precio de \$ 400.000 pesos, mientras que para la concesión del Café temático musical el monto asciende a \$ 500.000 pesos. Ambos precios se han establecido en base a un promedio estimado por los precios establecidos por concepto de arriendo, que deben pagar los comerciantes de la comuna de Valparaíso. En relación a Cafés y tiendas comerciales de música

Por otra parte se ha establecido un precio de arriendo de las salas de exposición musical (para 400 y 100) y audiovisual. Las cuales también se han establecido en referencia a las salas dedicadas a tales rubros existentes en la ciudad de Valparaíso.

En donde:

- Sala de Exposición Audiovisual: \$ 100.000.- por evento a realizar (considerados por semana transcurrida)
- Sala de Exposición Musical (400 personas): \$ 600.000.- (considerando todo el equipamiento backline)

#### 7.5.4 Comunicación

La comunicación es uno de las herramientas más importantes dentro de la planificación estratégica, ya que esta es la encargada de llegar a de manera eficiente y directa con el consumidor o espectador final. Por lo tanto, si se llegase a generar diversas estrategias que no respondan con los comportamientos, y por tanto no motiven, al mercado objetivo a ser partícipes de alguna de las actividades abarcadas en el “Espacio Miv”, se puede significar, en gran medida, el fracaso del proyecto.

Se considera como un plan de comunicación para el área de Extensión y Comercialización, la realización de un plan de difusión que pueda responder a las 4 principales herramientas estratégicas y de alcance comunicacional, como son:

- Difusión por Redes
- Medios de Comunicación
- Vía Pública
- Marketing directo

En cuanto a las líneas de difusión referidas a la difusión por redes, medios de comunicación y marketing directo, se ha creado un plan de acción de marketing que logra integrar y conjugar de manera óptima y consecuente, los tres aspectos recién mencionados.

##### a) Plan de Acción Marketing Estratégico

El plan de acción de marketing es, propiamente tal, un plan estratégico que busca poner en valor la organización por medio del lazo y alianzas estratégicas que permitan un mayor alcance publicitario del área del proyecto y de las actividades y proyectos genéricos de esta.

Los encargados de llevar a cabo el plan de acción de marketing serán; quienes, una vez terminado la instalación del área de extensión y comercialización, conformen la unidad organizacional de Difusión y Comunicaciones y la unidad organizacional de Gestión cultural y planificación.

En la siguiente tabla se puede ver graficado las estrategias realizar, según las etapas propuestas para la implementación del área de Extensión y Comercialización, del Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical.

Tabla N° 11: “Plan de Acción Marketing Estratégico”

<p><b>Etapas de Implementación:</b> <b>Área de Extensión y Comercialización</b></p>	<p><b>Plan de Acción Estratégico</b></p>	<p><b>Producto</b></p>
<p><b>Primera Etapa:</b> Desde la aprobación del proyecto, hasta “Piedra fundacional” de construcción.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actualización del sitio Web: <a href="http://www.miv.cl">www.miv.cl</a></li> <li>- Establecer alianzas con organizaciones e instituciones cuyo rol sea medios de comunicación.</li> <li>- Coordinar juntas para realzar y dar a conocer la labor realizada por MIV (eventos; tsonami, ciclo miv)</li> <li>- Generar notas periodísticas en los medios de comunicación. Radiales, escritos y televisivos.</li> <li>- Llamado y Apertura a inscripción en la organización desde la organización y por los medios de comunicación con los cuales se ha establecido una alianza estratégica (por ahora existe un proceso por el cual se integrarán alrededor de 50 bandas)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar a conocer de manera significativa la organización, sus funciones y producción.</li> <li>- Potenciar la organización, posicionarla a nivel comunal y regional.</li> <li>- Elevar significativamente el número de inscritos en la organización Músicos independientes de Valparaíso, ampliando las capacidades de gestión, proyectos y actividades a realizar.</li> </ul>
<p><b>Segunda Etapa:</b> Desde inicio construcción de Extensión y Comercialización hasta</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formar alianzas estratégicas con organizaciones (públicas y privadas) y con empresas (pequeñas y medianas) dedicadas al desarrollo, difusión y comercialización de diversas líneas de la industria musical.</li> <li>- Realizar seminarios, “conversatorios”, entre otros, junto a las organizaciones y empresas en alianza, en presentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Masificar los medios y organizaciones que pueden hacer, en gran medida, publicidad a la organización como a las bandas artísticas emergentes pertenecientes a esta.</li> <li>- Presentar masiva y constantemente las bandas</li> </ul>

<p>finalización construcción.</p>	<p>del proyecto, junto a ciclos musicales de artistas de MIV.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar notas/artículos publicitarios en los medios de comunicación en alianza.</li> <li>- Desarrollar sitio web para el área de Extensión y Comercialización.</li> <li>- Generación, producción y difusión de pista publicitaria (anónima)*1</li> </ul>	<p>para posicionarlas en la industria musical regional y aproximarse, en gran medida, a la industria musical nacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicitar fuertemente las bandas para ponerlas en valor.</li> </ul>
<p><b>Tercera Etapa:</b> Desde la inauguración del proyecto hasta el primer periodo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizar invitaciones</li> <li>- Seminario, “conversatorio” con empresarios, organizaciones, instituciones públicas y privadas en alianza; inauguración del proyecto; Área de extensión y comercialización.</li> <li>- Presentación de proyectos, eventos a realizar.</li> <li>- Presentación de sitio web; Área de Extensión y comercialización.</li> <li>- Presentar material audiovisual (publicitario de la organización)</li> <li>- Presentación afiche publicitario oficial.</li> <li>- Realización de notas periodísticas.</li> <li>- Transmisión en vivo (twitsessions)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar una gran inauguración con presentaciones musicales de las bandas del Miv para dar a conocer a los medios y al público real, objetivo y potencial la infraestructura.</li> <li>- Se invita al mayor número de medios masivos de comunicación radial, escrita y televisiva, para lograr la mayor cobertura posible.</li> <li>- Poner en valor las actividades a realizar por la organización, como el “Espacio Miv” del Centro integral de desarrollo y producción musical.</li> </ul>
<p><b>Cuarta Etapa:</b> Desde el primer periodo del proyecto en adelante.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudio comportamiento del mercado objetivo y potencial.</li> <li>- Estudio de demanda.</li> <li>- Realizar constante promoción de eventos a concretar, en los medios de comunicación en alianza.</li> <li>- Realización y generación de nuevas campañas publicitarias.</li> <li>- Expandir las alianzas estratégicas y comerciales a nivel nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El analizar la información permitirá estructura informes con las preferencias, gustos, estilos y en lo posible las nuevas y mejores expectativas del público para con la industria musical regional y nacional.</li> <li>- Mantener en la mente del espectador viva la marca del “Espacio Miv”.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Expandir las alianzas comerciales y estratégicas a nivel internacional.</li> <li>- Hacer transmisión directa de conciertos y eventos realizados por el área de extensión y comercialización del Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lograr mejores y mayores alcances de espectadores a las exposiciones y presentaciones de los artistas musicales de la región.</li> </ul>
--	---	---

Fuente: Elaboración Propia

\* Dentro de la asociación con medios de comunicación se considera a las siguientes radios; *Radio Valentín Letelier, Radio Ritoque, Radio Congreso, Radio Nueva Aurora, Ucv radio, Radio Pilar Fm Radio Portales, Radio Punto 7, Radio Valparaíso, Radio Placeres*. Los medios televisivos serán; *Canal 13, Televisión Nacional de Chile (tvn), Megavisión (Mega), Chilevisión (chv), Universidad Católica de Valparaíso (ucv) y Quintavisión*. Los medios escritos, se considera el diario *La Estrella*, el *Mercurio de Valparaíso*, *Publimetro* y el diario *La Tercera*.

\*1La generación de una pieza u obra musical “anónima” consiste en llevar a cabo una estrategia específica de publicidad. Esta corresponde a publicitar la obra musical en radio y televisión (audiovisual/video clip) sin dar a conocer el nombre de la obra ni del grupo musical. Durante un tiempo de expectativa, se da a conocer en qué consiste tal creación, en donde no existe un nombre como tal ni consiste en un proyecto musical de un grupo en específico; sino que es parte de la creación del Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical.

Con respecto a la publicidad a implementar en la vía pública, el área del proyecto a implementar se ocupará de diseñar constantemente afiches, volantes o “flyer”, los cuales se pueden repartir en la vía pública, disponer en negocios y calles de gran afluencia. Es importante destacar que, además, tales estructuras de difusión conseguirán un alcance mayor, al poder ser enviadas a los diversos medio de comunicación con los cuales se generen lazos y alianzas estratégicas, luego de la implementación y puesta en marcha del plan de acción de marketing estratégico

#### 7.5.5 Personal

Las personas encargadas de poner en marcha, gestionar, administrar y ocuparse del buen funcionamiento del Área de Extensión y Comercialización del proyecto en general, serán personas directamente relacionadas a las áreas organizacionales requeridas en la estructura organizacional. Esta directa relación debe ser respaldada bajo experiencias significativas en el

área a postular, como además, puede ser, para ciertos casos es esencial, la vinculación deberá responder a conocimientos duros, como son estudios profesionales o técnicos que le hayan permitido un gran desarrollo laboral y personal al postulante.

Las características, habilidades y capacidades duras a cumplir por el personal del Área de Extensión y Comercialización del centro, ya fueron previamente establecidas en el Capítulo VI: sección de Estructura organizacional.

Sin embargo, se puede concluir que cada actividad realizada por esta área del proyecto a implementar, serán personas profesionales, técnicas y con altos niveles que demuestren una experiencia que se pueda traducir rápidamente en la elaboración de un trabajo eficiente.

#### 7.5.6 Procesos

Para llevar a cabo las actividades propuestas para el Área de Extensión y Comercialización, se deberán realizar ciertos procesos que permitan el desarrollo óptimo de tales actividades. Estos responden a procesos administrativos, procesos de producción y difusión.

Para poder ejemplificar tales procesos organizacionales y las operaciones que estos conllevan, se realizará un diagrama que permita demostrar la dinámica funcional entre las áreas organizacionales y las unidades, para poder concretar las tareas, actividades y el buen funcionamiento del área y del centro en general.

Durante el transcurso de un periodo serán diversas las actividades a realizar por cada área y unidad organizacional, mientras algunas responden directamente al tema de producción, el resto están destinadas a realizar un buen funcionamiento del Área de Extensión y Comercialización del centro integral.

La unidad de Asociatividad cultural y comercial del Área de comunicaciones y difusión es la encargada de realizar y establecer contacto con las bandas, artistas o manager de estas. Su labor significa la búsqueda, averiguación de medios de contacto, para integrarlos al sistema; base de datos del centro.

Una vez establecido el contacto con el representante o con el o los artistas, el encargado del Área de Gestión y Planificación, deberá realizar un contacto administrativo, aquí se deberán ver los temas relacionados con la petición de actuación en el Área de Extensión. Si se llega a acuerdo de actuación, se deberá comenzar a realizar el trato de negociación. Paralelamente la unidad de Administración de Recursos Humanos realizará un borrador del contrato a firmar. Aquí el encargado de Gestión Cultural y Planificación retomará contacto con el representante (o

artista) para terminar y pulir las especificaciones y términos del contrato. Una vez que se establezca un acuerdo mutuo, los papeles de contratación serán enviados a la unidad de Administración de Recursos Humanos, en donde se realizará la contratación en sí. Dentro de la especificación y término de monto a pagar, esta unidad, debe informar a la unidad de Contabilidad y finanzas, la cual debe apartar y efectuar el pago del monto total acordado, tras la presentación del grupo.

Por otro lado, el Área organizacional de Gestión Cultural y Planificación deberá, desde el momento que la banda o artista es contratado, comenzar a hacer pedido del informe técnico de la banda; Fichas técnicas y Staff. Cuando esta información sea recibida, el encargado de esta área deberá enviar tal información a la unidad de Producción, esta unidad tiene como objetivo cumplir con altos estándares en la producción de los eventos, evitando ventanas, tiempos para reparaciones y evitar al máximo los márgenes de errores en plena presentación y realización del evento.

Cuando se haya establecido el contrato con la banda o el artista a presentar, el Área de Comunicaciones y Difusión debe comenzar a realizar las tareas que permitan una buena publicidad y recepción del evento. La unidad de diseño gráfico debe comenzar de manera casi inmediata la realización de un diseño que incorpore los principales rasgos de la banda o el artista. Esto para la realización del afiche. Paralelamente, el relacionador público debe establecer lazos con los diversos medios de comunicación, sobre los cuales se pueda desarrollar una base de apoyo y soporte en la publicidad de los eventos a realizar. Una vez que el afiche este terminado, de nuevo, el relacionador público deberá hacer llegar este a los diversos medios de comunicación periodísticos o no. Además de la información complementaria al evento.

Las unidades restantes que no conjugan directamente en la realización de eventos se ocuparán de realizar las diversas labores permitan el buen funcionamiento del centro. Estas diversas labores fueron especificadas en el cuadro “Labor principal de personal según área organizacional y unidad de trabajo”.

#### 7.5.7 Evidencia física

El Área de Extensión y Comercialización incluirá, propiamente tal, los espacios directos con el público objetivo y potencial. Por tanto su infraestructura contará con espacios que permitan entregar de manera óptima los servicios que el área de extensión propone como línea del Centro Integral. Para la realización de conciertos esta Área contará con una sala de conciertos con capacidad para 400 personas. De manera subterránea se establecerá la sala de conciertos, la cual requerirá y por tanto contará con los sistemas de calefacción y aire acondicionado, por otra parte, esta contará con un completo soporte de backline, cuyos equipamientos serán de alta calidad, al

igual que el sistema y los equipamientos de iluminación. Otra de las instalaciones es la sala de exposición, la que contará con pedestales de exposición y estructuras necesarias para la presentación de las obras en exposición. Se propone complementar las exposiciones con diversos juegos de luces y ambientación musical. (si el artista no lo cree necesario, no se realizará)

También se dispondrá de una sala de exposición audiovisual y musical. Acá se representarán todas aquellas obras audiovisuales de referencia o esencia musical, estas podrán ser películas, cortos, o largometrajes que traten como temática principal algún hito o historia musical, ya sea referente biografías de autores como a hechos o hitos que marcaron la historia nacional musical. Esta sala audiovisual funcionará de igual manera como un escenario para la realización de presentaciones musicales, en un formato más reducido, de artistas independientes, emergentes. Esta sala de exposición audiovisual y musical, tendrá una capacidad para 100 personas. Contará con butacas, un proyector, un backline de alta calidad que permita el buen funcionamiento de las presentaciones musicales, como además produzca un buen sistema sonoro para las obras audiovisuales.

El Área de Extensión y Comercialización, contará además, en referencia a este último término con servicios de comercio. Estos corresponden al punto de ventas y al café temático musical. El punto de ventas, por su parte, abarcará la venta de instrumentos (con categorización en el mercado), la venta de obras musicales en formato de CDs, Vinilos y DVDs. El café temático musical responde a la necesidad de generar puntos de encuentro entre el público del Área del centro y la música, utilizando esta, en un inicio como elemento integrador de la comunidad. El café pretende, además de su servicio de cafetería, entregar un espacio para el disfrute e interacción con la música, este espacio contará con instrumentos que estarán a disposición del público asistente. Este podrá hacer uso de tales instrumentos durante el momento de su permanencia. El café, por otra parte, pasa ser un factor importante en el desarrollo de artísticas de la región, ya que este espacio estará ambientado para la presentación de artistas (en formato muy reducido). Sin embargo, este espacio se prestará para la presentación de nuevos artistas, aquellos que aún no se catalogan, en el ambiente musical, como emergentes. Es decir, el café funcionará como una plataforma, un elemento desarrollador y de difusión para la generación de inéditos y nuevos artistas.

Y por último, dentro de la infraestructura general, se implementará la oficina administrativa, la cual deberá contar con diversos espacios organizacionales. Primero debe contar con cada área organizacional propuesta para el Área de Extensión y Comercialización, además de la oficina de dirección y la sala de reuniones, en donde se reunirán todos los trabajadores del espacio, o los de cada área organizacional en específico, según la ocasión.



## CAPITULO VIII: MERCADO Y DEMANDA

## 8.1 Mercado Objetivo

Tal como se menciona en capítulos anteriores, establecer un mercado objetivo resulta muy difícil para la elaboración de este proyecto, ya que como una plataforma de fomento a la industria musical, determinar una segmentación que no discrimine a ciertas personas que forman y convergen en tal industria musical, resulta una tarea casi imposible de realizar.

No obstante, de manera muy amplia se ha determinado que el Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical, al igual que el área de Extensión y Comercialización propone como mercado objetivo la siguiente determinación.

- Artistas musicales, hombres y mujeres de entre 15 a 45 años, de clase baja, media y alta, quienes sean principiantes o profesionales en la industria musical y que desarrollen proyectos y obras musicales propias. No se consideran bandas “Tributo”.

## 8.2 Cuantificación de la Demanda

El estudio de la demanda para el área de Extensión y Comercialización se basa netamente en el principal servicio que esta etapa entrega. Es decir, la producción de eventos musicales (conciertos) a mediana y pequeña escala. Las unidades de *Punto de ventas* y *Café Interactivo* son espacios que dispondrán en forma de concesión, por tanto, serán ingresos que no estarán directamente relacionados con los ingresos para esta etapa del proyecto en sí.

Por otra parte, el espacio de exposiciones audiovisuales, fonográficas y de todas aquellas disciplinas artísticas que hayan utilizado la música como elemento integrador de las propias obras, realizará exposiciones gratuitas como también pagadas. Todas aquellas obras que se dispongan a la exposición y que respondan a la línea y a los alcances del proyecto serán dispuestas en la sala de exposición de manera gratuita, desde el punto de vista del público, sin embargo, al tener la sala de exposición un espacio de muestra audiovisual (pequeña tipo sala de cine), se cobrará un derecho de admisión por aquellos eventos o ciclos de cine o muestras audiovisuales que se realicen bajo el marco de la producción de eventos.

Por lo tanto, la cuantificación del cálculo de la demanda se realizará por los ítems sobre los cuales se podrá obtener ingresos para esta etapa del proyecto.

La población de la región de Valparaíso, según el Instituto Nacional de Estadísticas, para el año 2008 existe un total de 1.711.876 habitantes y el porcentaje de la población porteña que hace un consumo cultural destinado a la asistencia de conciertos es de un 34,5%. Lo que significa que:

Demanda Real:  $1.711.876 \times 34,5\% =$  personas.

Demanda Real: 590.597

Por otro lado, hay que considerar que ciertas instalaciones del “Espacio Miv” como son; la sala de concierto, con capacidad para 400 personas y la sala de audiovisual y musical para 100 se dispondrán, además para el arriendo a terceros. Esta modalidad se entregará a aquellos proyectos que respondan netamente a temática musical.

Resulta muy difícil establecer una comparación entre las salas de concierto habilitadas en la ciudad de Valparaíso, ya que la conformada para el Área de Extensión y Comercialización cuenta con una capacidad notablemente inferior a las dos salas más importantes de la ciudad, siendo estas; Sala del Teatro Municipal y Sala Aula Magna de la Universidad Federico Santa María. La primera con una capacidad para 1.170 personas (450 platea, 120 balcones, 600 galerías) y la segunda con capacidad para 1.200 personas. Si bien, esta última se dedica principalmente al desarrollo de eventos musicales de estilo clásico/Opera, ayuda de igual manera a determinar alguna estimación. Es por esto que, en base a los datos de arrendamiento de esas salas, se establecerá un estimado anual para la sala para 400 personas.

Con respecto al año 2011, el Teatro Municipal arrendó la sala a eventos musicales: 36 veces.

Con respecto al año 2001, la Aula Magna arrendó la sala a eventos musicales: 42 veces.

Promedio anual de arriendo =  $36 + 42/2$

Promedio total anual de arriendo = 32 veces

CAPITULO IX: ESTUDIO FINANCIERO, ESTRUCTURA DE COSTOS, GASTOS Y FLUJO  
DE CAJA.

## 9.1 Costos del Proyecto; Área de Extensión y Comercialización

El proyecto es muy ambicioso, en cuanto a materia económica y estructural física. Los espacios o unidades estructuradas para esta área del proyecto a implementar son de mediana magnitud, sin embargo, la estructuración de costos se eleva, gracias y debido al equipamiento considerado para tales espacios, los cuales proponen la entrega de un servicio complementario y de calidad.

Esta estructura de costos está dada por diversos montos monetarios que conlleva la implementación del proyecto, el equipamiento, el gasto en remuneraciones, entre otros. Primeramente están los costos de Inversión inicial, luego los costos totales, los que están dados por los costos variables y fijos. Por otra parte, están los gastos operacionales, los que de igual manera que los costos totales, se dan mes a mes.

### 9.1.1 Costos Inversión Inicial

La inversión inicial corresponde a aquellos costos de edificación y de equipamiento de las diversas unidades o espacios a conjugar el Área de Extensión y Comercialización del proyecto.

El costo de edificación responde a los montos establecidos por el Ministerio de Vivienda y Urbanismo, los cuales se estructuran según el tipo de construcción. Mientras que los costos de equipamiento, se dan por todo aquel instrumento, tangible genérico que se emplazará en las diversas unidades del Área de Extensión y Comercialización.

Tabla N° 12:” Monto monetario de construcción según el tipo y la categoría de la edificación”.

CATEGORIA	TIPO DE EDIFICACION								
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	268.479	306.238	268.479	268.479	190.854	-	-	-	-
2	199.280	226.523	199.280	199.280	142.609	100.691	142.609	130.048	157.321
3	146.828	167.798	146.828	146.828	104.861	73.410	104.861	94.372	115.409
4	104.861	119.525	104.861	104.861	75.445	52.399	75.445	67.139	81.772
5	-	-	56.628	56.628	56.628	39.821	60.808	54.529	64.983

Fuente: Tabla de costos unitarios por metro cuadrado de construcción, Ministerio de Vivienda y Urbanismo, Año 2012, Primer trimestre.

### 9.1.2 Costos de Construcción y equipamientos.

El costo de construcción se determina según el tipo de Edificación y la categoría a la que este pertenece. Esta determinación se genera una vez que se realiza y completar un pequeño formulario con las características de la edificación a realizar.

En base a las características de la infraestructura a establecer, se ha determinado que la construcción corresponde a una de tipo C y de categoría 2.

Tabla N° 13: “Costo de levantamiento de la estructura”

<b>Categoría costo</b>	<b>Precio</b>	<b>Metros 2</b>	<b>Total Costo</b>
Costo de Edificación	199280	2.500	498200000
Costo Mano de Obra	126.000	2.500	315000000
<b>Total</b>			<b>\$ 813.200.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

El costo total de la inversión inicial alcanza la cifra de \$ 933.570.764 millones de pesos, en donde el costo de edificación esta dado por el costo de edificación por los metros cuadrados a construir más el costo de mano de obra por metro cuadrado, además de la suma del costo relacionado con la mantención y reconstrucción de la fachada del edificio, la cual requiere de unos pilares de firme que permitan mantener en pie la estructura.

Tabla N°14: “Costo total de Construcción y equipamientos; Inversión Inicial”

<b>Inversión Inicial</b>	<b>Costo Total</b>
Costo de Edificación	813.200.000
Costo Equipamientos	40.370.764
Pilares de Soporte	80.000.000
<b>Total</b>	<b>\$ 933.570.764</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Como ya se mencionó, además de los costos de construcción, la inversión inicial está compuesta, por los costos de implementación, los que responden a la mueblería, equipos, sistemas computarizados, consolas entre otros. Estos costos de implementación se darán a conocer detalladamente en las siguientes tablas a continuación, las cuales muestran en la parte superior la unidad a la que corresponden.

Tabla N° 15: “Tabla de costos de equipamiento; Salas de Conciertos”

<b>Equipamiento</b>	<b>Precio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
<b>Sala de Conciertos</b>			
Batería	\$700.000	1	700.000
Butacas	\$ 25.990	400	10.396.000
Sistema Iluminación (*)	\$ 1.723.920	1	1.723.920
Sillas (Camarines)	\$ 16.190	24	388.560
Amplificador Bajo	\$ 850.000	1	850.000
Amplificador Guitarra	\$ 580.000	1	580.000
Amplificador Teclado	\$ 580.000	1	580.000
Micrófono Vocal (sure sm-58)	\$ 79.990	3	239.970
Micrófono Dinamizador Tom	\$ 116.000	3	348.000
Caja directa	\$ 35.000	4	140.000
Macbook pro	\$ 966.378	1	966.378
Atriles	\$ 16.980	6	101.880
Stuio live presonus (24 canales)	\$ 1.837.315	1	1.837.315
Snake box-to fan	\$ 763.445	1	763.445
Mesas (camarines)	\$ 400.000	6	2.400.000
Sillones (camarines)	\$ 299.999	4	1.199.996
<b>Total</b>			<b>\$ 23.215.464</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N° 16: “Tabla de costos, inversión inicial, especificación de “Sistema de Iluminación” (\*)

<b>Sistema de Iluminación (*)</b>	<b>Precio</b>	<b>Unidad</b>	<b>Total</b>
Cabeza movil Pls extra 250 watts	\$ 363.960	2	727.920
Super Leo mh 630	\$ 130.000	4	520.000
Acme Led tango moonflower	\$ 55.000	2	110.000
Stroboscopicas wp st15	\$ 78.000	1	78.000
Maquina Humo F 80z 700 watts	\$ 40.000	1	40.000
Parrilla iluminación	\$ 68.000	1	68.000
Consola Iluminación dmx 24 ch.	\$ 180.000	1	180.000
<b>Total</b>			<b>\$ 1.723.920</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N° 17: “Tabla de costos, inversión inicial; Sala de Exposición”.

<b>Sala de Exposición</b>	<b>Precio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Pedestales Exposición	\$ 200.000	8	1.600.000
Iluminarias Focos halógenos	\$17.090	8	136.720
Parlantes Home theater	\$ 60.000	1	60.000
Parlante pasivo gemini 1204	\$ 60.000	4	240.000
<b>Total</b>			<b>\$ 2.036.720</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N° 17: “Tabla de costos, inversión inicial; Sala de Exposición Audiovisual/Musical”

<b>Sala de Exposición Audio/Musical</b>	<b>Precio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Sillas	\$ 12.990	100	1.299.000
Proyector	\$ 500.000	1	500.000
Butacas	\$ 25.990	100	2.599.000
Backline	\$ 1.000.000	1	1.000.000
Iluminarias (concierto)	\$ 850.000	1	850.000
<b>Total</b>			<b>\$ 4.099.000</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla N° 18: “Tabla de costos, inversión inicial; Oficina Administrativa”

<b>Oficina Administrativa</b>	<b>Precio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Escritorios	\$ 210.000	12	2.520.000
Computadores	\$ 299.990	12	3.599.880
Impresoras multi-funcionales	\$ 50.000	6	300.000
Estanterías	\$ 300.000	5	1.500.000
Sillas escritorios	\$ 19.990	30	599.700
Mesa/sala de reunión	\$ 1.000.000	1	1.000.000
Artículos Oficinas	\$ 1.500.000	1	1.500.000
<b>Total</b>			<b>\$ 11.019.580</b>

Fuente: Elaboración Propia.

### 9.1.3 Costos Fijos

Los costos fijos a considerar dentro de la estructura monetaria del proyecto a implantar se consideran los insumos básicos para su funcionamiento, en donde se puede detectar, el consumo de agua, luz, telefonía e internet.

Tabla N° 19: “Estructura Costos Fijos: Área de Extensión y Comercialización”.

<b>Costos Fijos</b>	<b>Costo Fijo mensual</b>	<b>Costo Fijo Anual</b>
Luz	1.000.000	12.000.000
Agua	500.000	6.000.000
Internet y telefonía	70.000	840.000
<b>Total</b>	<b>\$ 1.570.000</b>	<b>\$ 18.840.000</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Estas estimaciones de los costos fijos se desglosan de la “Guía para la Gestión de Proyectos Culturales” realizada por el Consejo Nacional de la Cultural y las Artes, Gobierno de Chile.

### 9.1.4 Costos Variables

Los costos variables del proyecto, responden netamente al costo o precio por cual se contrata a las bandas emergentes y profesionales para el desarrollo de las actividades y proyectos del Centro.

Tabla N° 20: “Costos variables, contratación de bandas”

<b>Costos Variables</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Precio anual</b>
Contratación de Bandas Profesionales	\$ 2.700.000	\$ 32.400.000
Contratación de Bandas emergentes	\$ 336.000	\$ 4.032.000
<b>Total</b>		<b>\$ 36.432.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

9.2 Gastos Operacionales

Tabla N° 21: “Remuneraciones Personal”

<b>Cargo</b>	<b>Remuneración</b>
Director	1.200.000
Ingeniero en Administración	850.000
Administrador Recursos Humanos	550.000
Administrador de Finanzas y contabilidad	500.000
Relacionador Público	650.000
Encargado de Marketing	650.000
Diseñador Gráfico	550.000
Gestor Cultural/Asociatividad	850.000
Encargado Asociatividad	650.000
Productor	700.000
Asistente producción técnico 1	450.000
Asistente producción técnico 2	450.000
Asistente producción técnico 3	450.000
Coordinador de Operaciones	620.000
Recepcionista	350.000
Secretaria	320.000
Asistente Aseo 1	210.000
Asistente Aseo 2	210.000
Encargado Seguridad 1	210.000
Encargado Seguridad 2	210.000
Encargado Servicios Técnicos	430.000
<b>Total</b>	<b>\$ 11.060.000</b>

Fuente: Elaboración Propia.

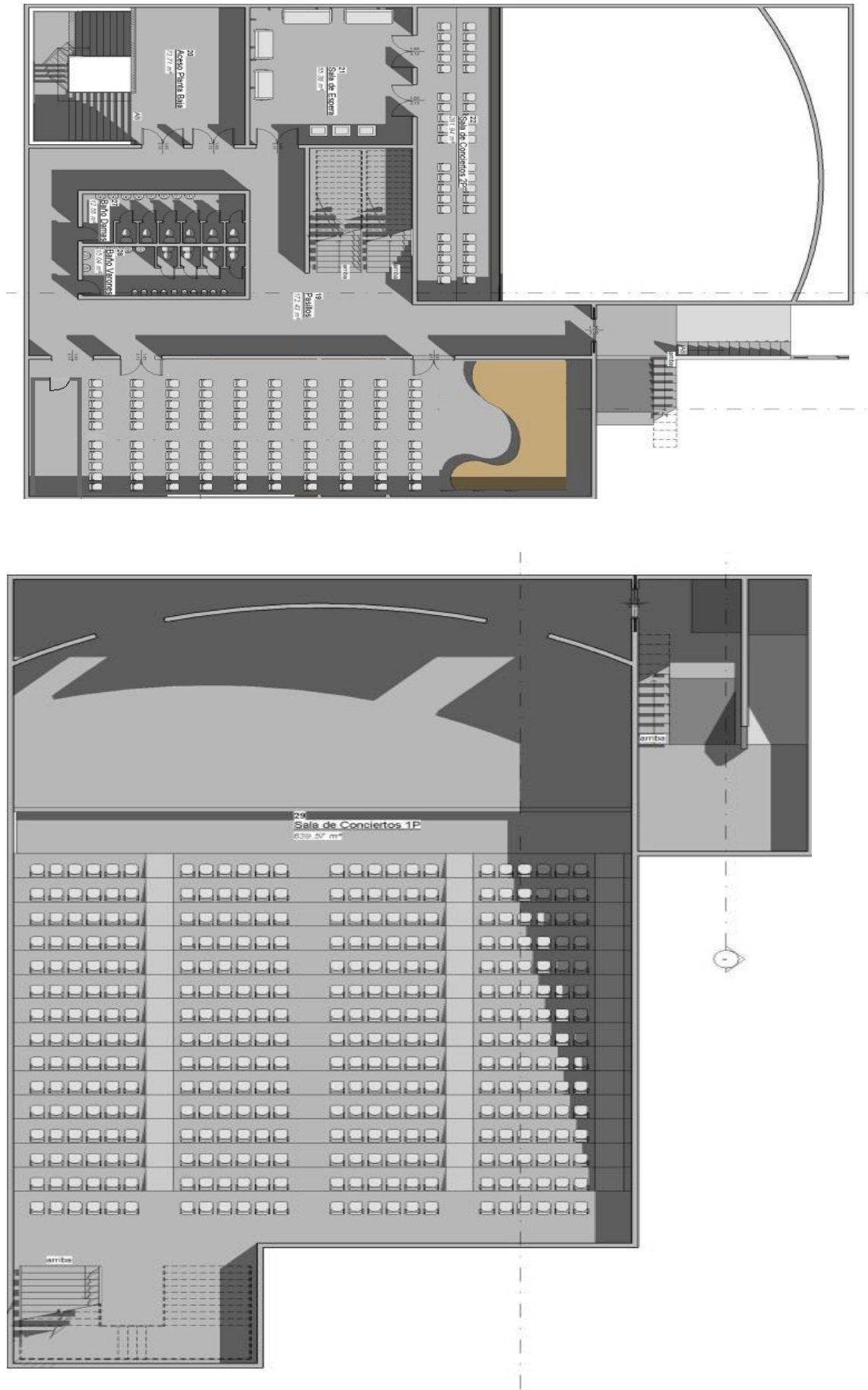
9.2 Flujo de caja

	0	1	2	3	4	5	6	7
<b>Conciertos Profesionales</b>								
Valor entrada		8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Número de entradas (mensual)		1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600
<b>Conciertos Emergentes</b>								
Valor entrada		4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Número de entradas (mensual)		400	400	400	400	400	400	400
Ingresos por Venta								
Concierto artista/bandas profesionales		153.600.000	153.600.000	153.600.000	153.600.000	153.600.000	153.600.000	153.600.000
Concierto artista/bandas emergentes		19.200.000	19.200.000	19.200.000	19.200.000	19.200.000	19.200.000	19.200.000
Otros Ingresos								
Concesiones		10.200.000	10.541.892	10.895.243	11.260.439	11.637.875	12.027.963	12.431.126
Arriendo sala conciertos 400		19.200.000	19.843.561	20.508.693	21.196.120	21.906.589	22.640.871	23.399.766
Arriendo sala Audiovisual		2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Costos Fijos		-18.840.000	-18.840.000	-18.840.000	-18.840.000	-18.840.000	-18.840.000	-18.840.000
Costos Variables								
Pago artista/bandas profesionales		-32.400.000	-32.400.000	-32.400.000	-32.400.000	-32.400.000	-32.400.000	-32.400.000
Pago artista/bandas emergentes		-4.032.000	-4.032.000	-4.032.000	-4.032.000	-4.032.000	-4.032.000	-4.032.000
Gastos Remuneraciones		-132.720.000	-132.720.000	-132.720.000	-132.720.000	-132.720.000	-132.720.000	-132.720.000
Marketing/Publicidad		-12.000.000	-6.000.000	-6.000.000	-6.000.000	-6.000.000	-6.000.000	-6.000.000
Ganancias o pérdidas		-10.280.119	-10.280.119	-10.280.119	-10.180.119	-10.180.119	-6.457.179	23.891.682
Depreciación legal								
Perdidas Acumuladas								
<b>Utilidad antes de impuesto</b>		<b>-6.072.119</b>	<b>913.334</b>	<b>1.931.818</b>	<b>3.084.440</b>	<b>4.172.345</b>	<b>9.019.655</b>	<b>38.459.145</b>
Impuestos		0	-155.267	-328.409	-524.355	-709.299	-1.533.341	-6.538.055
<b>Utilidad después de impuesto</b>		<b>-6.072.119</b>	<b>758.067</b>	<b>1.603.409</b>	<b>2.560.085</b>	<b>3.463.046</b>	<b>7.486.314</b>	<b>31.921.091</b>
Depreciación legal		10.280.119	10.280.119	10.280.119	10.180.119	10.180.119	6.457.179	2.071.429
Ganancias o pérdidas								
Perdidas Acumuladas								
<b>Flujo de Caja Operacional</b>		<b>4.208.000</b>	<b>11.038.186</b>	<b>11.883.528</b>	<b>12.740.204</b>	<b>13.643.165</b>	<b>13.943.493</b>	<b>10.100.837</b>

<b>Flujo de Caja</b>	<b>-933.570.764</b>	<b>4.208.000</b>	<b>11.038.186</b>	<b>11.883.528</b>	<b>12.740.204</b>	<b>13.643.165</b>	<b>13.943.493</b>	<b>33.992.519</b>
----------------------	---------------------	------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

CAPITULO X: PLANOS PROYECTIVOS DEL PROYECTO

10.1 Plano Número 1: Plantas subterráneas





### 10.3 Especificaciones de los Planos

El primer plano que abarca los dos espacios subterráneos del proyecto a implementar contempla un auditorio con capacidad para 400 personas y otro para 100 personas. El auditorio para 400 personas cuenta con una pendiente decreciente la que contempla una capacidad para 380 personas, mientras una estructura balcón soporta a otras 20 personas, llegando entonces a la capacidad de 400.

El piso subterráneo superior, comprende las unidades de; la sala de exposición musical y audiovisual con capacidad para 100 personas.

El plano de la planta 1 contempla la sala de exposición artística y el punto de ventas. En esta planta superior se cuenta con diversos accesos que direccionan el flujo de personas a las plantas altas y bajas del espacio. De igual manera, esta planta cuenta con un acceso desde el costado izquierdo del Edificio Subercaseaux hacía las plantas bajas, acceso que se destina para el ingreso directo de artistas, el descargue de equipos, si el evento lo requiere, y como vía de escape.

La planta alta (segundo piso) agrupa las unidades de: El café interactivo de temática musical y todas las unidades y oficinas administrativas.

El café se compone, entre otros factores, con una terraza que da con vista y se soporta en el frontis del edificio. En relación a las oficinas administrativas se estructuran módulos, además de una sala de reuniones y la oficina del director.

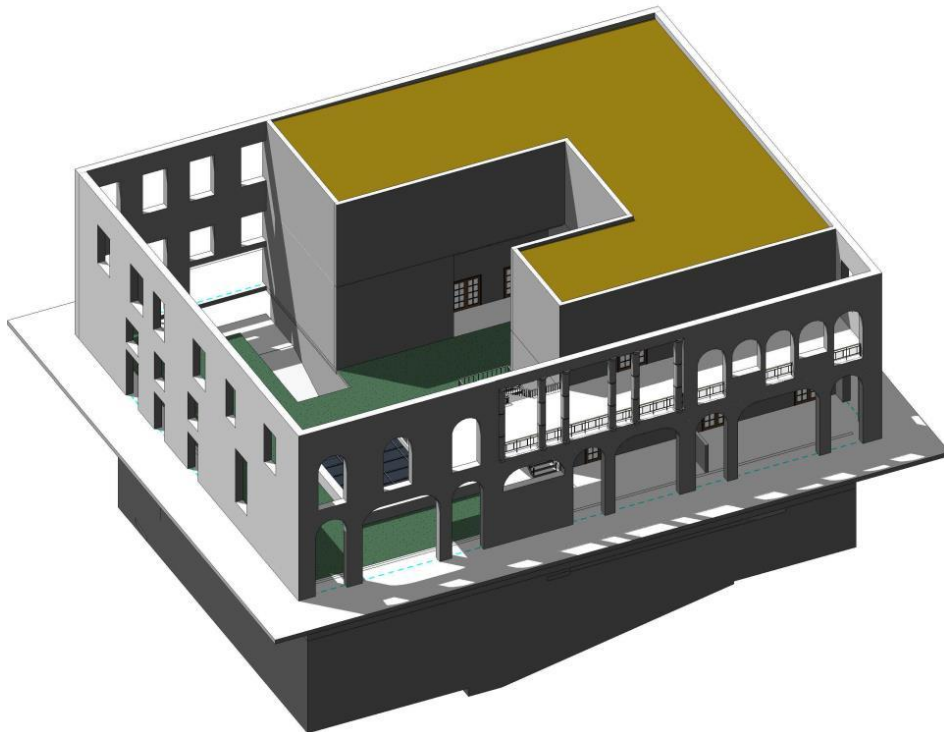
#### 10.4 Situación con y sin Proyecto

Imagen N°10. 8: “Estado actual de Edificio Subercaseaux”



Fuente: Portal de Noticias, Universidad de Playa Ancha

Imagen N° 11: “Propuesta Arquitectónica para Proyecto a implementar”



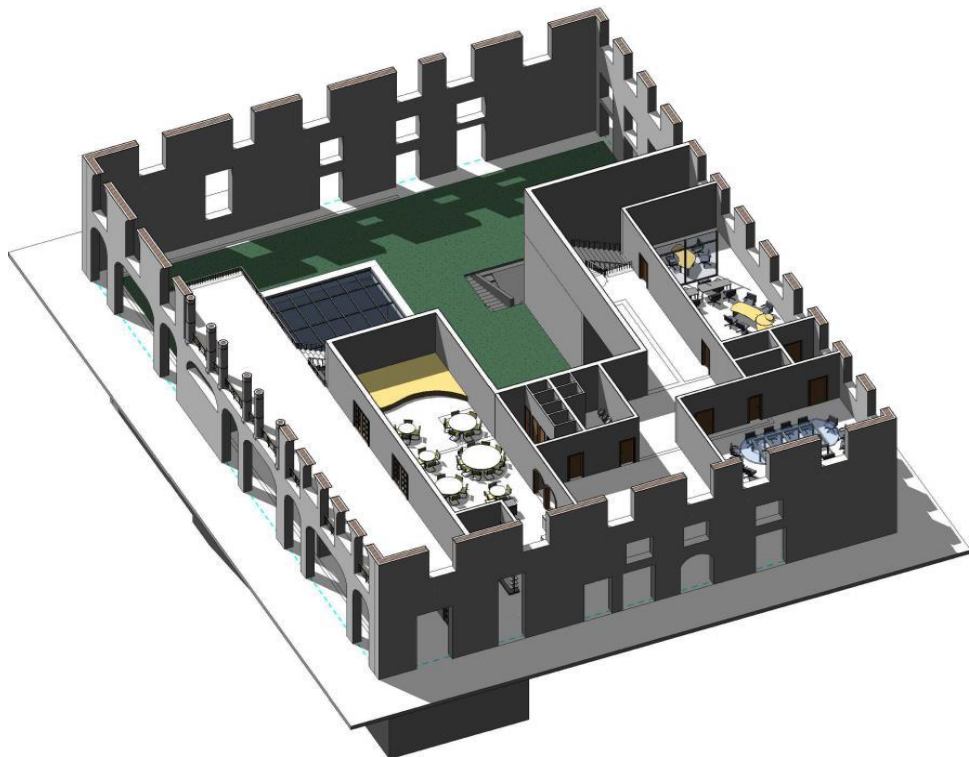
Fuente: Andres Lynam

Imagen N° 12: “Situación Actual Edificio Subercaseaux”



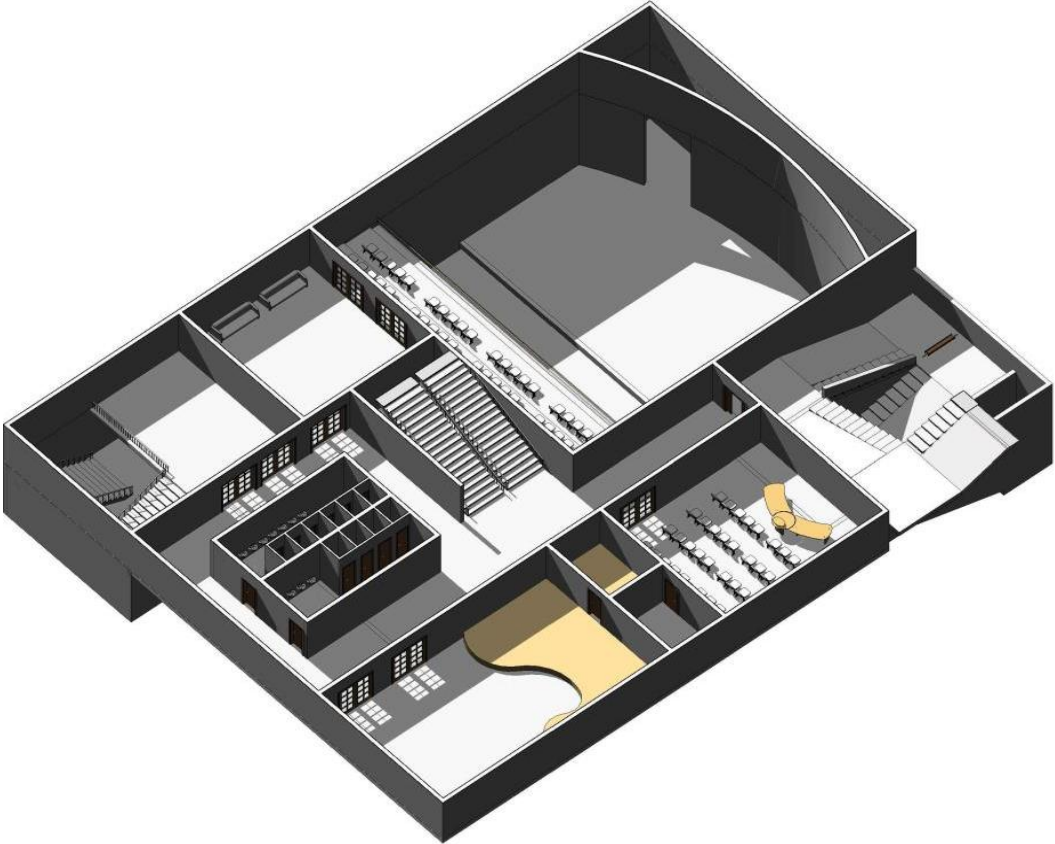
Fuente: “Diario el Mercurio de Valparaíso.”

Imagen N° 13: “Propuesta arquitectónica para proyecto a implementar, perspectiva segunda planta”



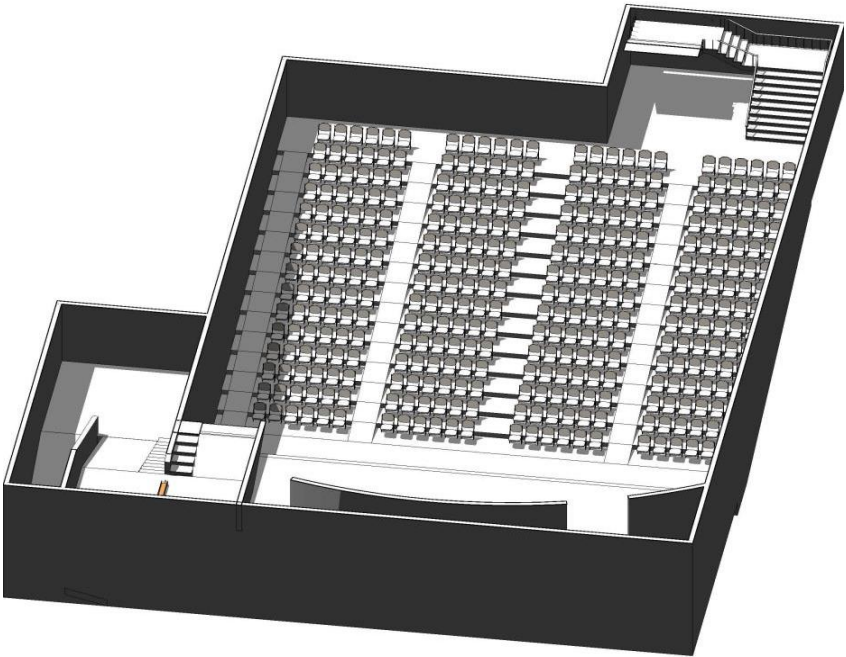
Fuente: Andres Lynam

Imagen N° 14: “Propuesta Arquitectónica para Proyecto a implementar, Planta subterránea superior”



Fuente: Andres Lynam

Imagen N° 15: “Propuesta Arquitectónica para Proyecto a implementar, Planta Subterránea baja”



Fuente: Andres Lynam

## CAPITULO XI: LINEAS DE FINANCIAMIENTO

En esta etapa se revisarán líneas que podrán financiar las distintas etapas de implementación del Área de Extensión y Comercialización del Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical.

#### 11.1 Fondo de Reconstrucción del Patrimonio

Para la primera etapa de implementación se solicitará y postular al Fondo de Reconstrucción Del Patrimonio. Este programa de reconstrucción patrimonial fue creado por el Consejo de cultura y las artes para enfrentar la devastación que dejó el 27F, a través de la recuperación de los inmuebles patrimoniales de las zonas afectadas por el terremoto de Febrero 2010.

Actualmente se está desarrollando la tercera etapa del programa. Según informes del Consejo nacional de la cultura y las artes, este programa seguirá realizando diversas etapas. Para el año 2010; primera etapa del programa de reconstrucción, se destacan los proyectos como la restauración del Frontis del Museo de Arte contemporáneo (MAC), la reconstrucción de la Iglesia Santa Rosa de Pelequén y la biblioteca Severín de Valparaíso.

De ser el proyecto seleccionado, el programa entregará la mitad de la cantidad expresada en solicitud, por tanto, la mitad restante del dinero solicitado deberá ser asegurada con fuentes de inversión privada, pudiendo recurrir, para tal efecto a la Ley de Donaciones Culturales.

#### 11.2 Fondos Cultura

Debido al panorama actual y a los cambios que se están generando en los fondos de cultural, se pronon de igual manera la postulación a cualquiera de las líneas que puedan salir y concretarse a futuro.

#### 11.3 Fondos Cultura: Fondo de Fomento de la Música

Para las salas de conciertos y las salas de exposición, referente a obras de distintas disciplinas que utilizan o utilizaron la música como elemento inspirador o integrador, se solicitará el Fondo de Fomento de la Música Nacional: Línea de Industria. Esta línea de concurso tiene por objetivo incentivar proyectos que contribuyan al desarrollo de la industria musical nacional, desde el sector independiente hasta los circuitos masivos.

Para la implementación de estas salas, se postulará a la Modalidad B, la cual entrega un financiamiento para proyectos de prospección y/o implementación de nuevos modelos de negocio en el sector de la música, incluyendo la implementación de equipamientos para salas de conciertos, ambos orientados a empresas vinculadas al sector de la música.

El monto máximo financiado por el Consejo Nacional de la Cultura y la Artes para los proyectos presentados a esta línea es de: Modalidad B: 20.000.000 (Veinte millones de pesos chilenos).

Por otra parte, para la implementación de las estrategias de marketing y la asociatividad entre diversas organizaciones, el proyecto podrá obtener recursos a través del mismo fondo, pero bajo la línea de: Medios de Comunicación Masiva. El objetivo de esta línea de concurso es promover iniciativas de difusión de la música nacional en medios de comunicación masivos, junto con incentivar la modificación de parrillas programáticas de medios radiales a favor de la música nacional.

Acá se podrá postular a ambas modalidades, las que son: Modalidad A, Promoción y difusión en medios: financiamiento para iniciativas de difusión de música nacional en medios de comunicación masivos. Y Modalidad B, incentivo a Medios Radiales: Financiamiento para proyectos que modifiquen la parrilla programática de los medios radiales, de manera que éstos aumenten el porcentaje de música nacional. Esta convocatoria cuenta con un presupuesto estimado de recursos 2012 de \$ 283.000.000.- para el financiamiento de proyectos asignados y respecto de los cuales se suscriba el correspondiente convenio de ejecución. El monto máximo financiado por el CNCA para los proyectos presentados a esta línea es de: Modalidad A: \$\$ 30.000.000.- y Modalidad B:

- 30% = 6.000.000.-
- 40% = 10.000.000.-
- 50% = 15.000.000.-
- 100% 25.000.000.-

Para esta modalidad no es necesario postular con un cofinanciamiento.

Como segunda opción, al no lograr conseguir financiamiento de las líneas anteriores enunciadas, el proyecto podrá postular al Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR).

#### 11.4 Fondo Nacional de Desarrollo Regional

Este fondo es el principal instrumento financiero, mediante el cual el Gobierno transfiere recursos fiscales a cada una de las regiones para la materialización de proyectos y obras de desarrollo e impacto regional, provincial y local. Su administración corresponde principalmente a los Gobiernos Regionales y a la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo. Organismo que tiene a cargo el Sistema Nacional de Inversiones. Su administración corresponde a la SUBDERE y a los gobiernos regionales.

En el FNDR existen dos fuentes de financiamiento:

- Recursos fiscales o propios incorporados a las provisiones, que dan origen al FNDR – tradicional.
- Existen también recursos provenientes de las operaciones de créditos establecidas con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para financiar programas de inversiones en las regiones.

Los montos a solicitar dependerán de las cantidades a entregar por el fondo y del monto que se solicite.

## CAPITULO XII: PROPUESTAS A FUTURO

## 12.1 Propuestas a largo Plazo

Tal como dicta la estructuración del proyecto, se proyecta para un futuro, luego de la implementación del Área de Extensión y Comercialización, la implementación del área de Formación y, además, la implementación del área de Fabricación. Ambas áreas se generan y se propone su implementación para poder suplir con otros y especializados lineamientos de fomento, para poner en valor la industria musical regional y nacional y de ella se generen artistas y obras de calidad.

El área de Formación e Investigación se integra al proyecto como un área que pueda generar desarrollos en cuanto a la introducción de nuevos productos referidos a la temática musical, por medio de la investigación y la tecnología. Una vez desarrolla la investigación en general de la industria musical, se pueden estructurar y discriminar las temáticas y los lineamientos necesarios para la formación integral de un artista musical. Formación que se pretende entregar por medio de la impartición de talleres.

Por otra parte, una vez que el área de Extensión y comercialización logre poner en valor y de a conocer de manera exitosas las distintas bandas de la región del Valparaíso y en lo posible a bandas y artistas desde todas partes del país. Se producirá de manera casi automática una demanda, en cuanto a las bandas puestas en valor. Esto se podrá ver reflejado en la constante demanda de obras musicales (formato CD, DVD) y de la presentación de bandas según los lugares en donde se soliciten.

Como otra propuesta a implementar, se establece la generación de estrategias que permitan conseguir un alcance nacional del proyecto a implementar y del centro general en sí. Si bien, durante todos los puntos elaborados durante este trabajo, se plantea el alcance regional y nacional, es muy evidente que primero, el proyecto y, una vez constituidas todas las área del centro, estos se ocuparán de fomentar y poner en valor la escena musical regional, haciendo mención, entonces, de los alcances nacionales como una propuesta a futuro y a largo plazo.

En cuanto a la demanda de obras, el Área de Fabricación, nace como el encargado de suplir tal demanda, ya que por medio de la maquinaria considerada dentro de esta área, se permitirá la generación y la elaboración masiva de las obras grabadas en el Área de Creación y Perfeccionamiento. En relación a otra materia, se propone también realizar un cambio en cuanto a la institucionalización de la organización Músicos Independientes de Valparaíso. En donde se propone, cambiar su actual personalidad jurídica de Organización Comunitaria a Corporación. Este cambio le permitiría a la organización que amparará la constitución del Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical, el poder postular a fondos culturales concursables de mayor envergadura, lo que se traduce directamente a la postulación de fondos que disponen con mayores montos económicos de entrega.

## CAPITULO XIII: ANEXOS

13.1 Guía técnica a realizar para determinar la categoría de la construcción a implementar.

**1.- CLASIFICACIÓN DE LAS CONSTRUCCIONES:**

- A.-** Construcciones con estructura soportante de acero. Entrepisos de perfiles de acero o losas de hormigón armado.
- B.-** Construcciones con estructura soportante de hormigón armado, o con estructura mixta de acero con hormigón armado. Entrepisos de losas de hormigón armado.
- C.-** Construcciones con muros soportantes de albañilería de ladrillo confinado entre pilares y cadenas de hormigón armado. Entrepisos de losas de hormigón armado o entramados de madera.
- D.-** Construcciones de albañilería armada y construcciones con muros soportantes de albañilería de bloques o de piedra, confinados entre pilares y cadenas de hormigón armado. Entrepisos de losas de hormigón armado o entramados metálicos o de madera.
- E.-** Construcciones con estructura soportante de madera. Paneles de madera, de fibrocemento, de yeso cartón o similares, incluidas las tabiquerías de adobe. Entrepisos de entramados de madera.
- F.-** Construcciones de adobe, tierra cemento u otros materiales livianos aglomerados con cemento. Entrepisos de entramados de madera.
- G.-** Construcciones prefabricadas con estructura metálica. Paneles de madera, prefabricados de hormigón, yeso cartón o similares.
- H.-** Construcciones prefabricadas de madera. Paneles de madera, yeso-cartón, fibrocemento o similares.
- I.-** Construcciones de placas o paneles prefabricados. Paneles de hormigón liviano, fibrocemento o paneles de poliestireno expandido entre malla de acero para recibir mortero proyectado.

**2.2.- GUÍA TÉCNICA PARA DETERMINAR LA CATEGORÍA (1 a 4) DE LAS CONSTRUCCIONES:**

PARTIDA	CARACTERÍSTICAS	PUNTOS
<b>DISÑO</b>	Acogido a conjunto armónico o a la Ley N° 19.537, (Coproiedad Inmobiliaria) para viviendas en extensión.	
	Juegos volumétricos o ángulos no perpendiculares en una o más fachadas (en planta o elevación).	
	Distintos niveles interiores en planta y/o más de un volumen construido.	
	Existencia de elementos ornamentales en las fachadas tales como: arcadas, cornisas, balaustradas, frontones, corredores, portales, columnas con elementos ornamentales, celosías, fachadas falsas, u otros elementos similares.	
	Tres o más planos de fachada, cuyos desplazamientos sean iguales o superiores a 1 m.	
	Alturas de edificación: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vivienda Unifamiliar con alturas de piso a cielo superiores a 2,5 m. en al menos un recinto, o</li> <li>▪ Edificios residenciales, con departamentos con alturas de piso a cielo superiores a 2,5 m., y/o Hall de acceso de altura superior a 7,00m.o</li> <li>▪ Edificios no residenciales, con alturas de piso a cielo superior a 3,5 m. y/o Hall de acceso de altura superior a 7,00m.</li> </ul>	
	Unidades habitacionales de más de 140 m2.	
	En unidades habitacionales, la existencia de recintos destinados a biblioteca, más de un estar, estudio, gimnasio, capilla u oratorio, quincho, salas de cine, televisión o música, salas de juegos, sauna, solarium o baño con tina de hidromasajes, o similares.	
	Construcciones con al menos una unidad o departamento con acceso exclusivo desde un ascensor.	
	Construcciones con subterráneo con recintos habitables (según artículo 4.1.1. de la OGUC).	
	En unidad habitacional, estacionamiento integrado a la construcción.	
	Al menos 2 recintos de los bienes comunes destinados a biblioteca, gimnasio, solarium, capilla u oratorio, quincho, salas de cine, televisión o música, salas de eventos o reuniones, o similares.	
<b>SUBTOTAL</b>		

PARTIDA	CARACTERÍSTICAS	PUNTOS	
ESTRUCTURA	Construcciones que soportan en pisos superiores: helipuertos, piscinas, estanques de agua o similares.		
	Losas reforzadas y/o nervadas.		
	Construcciones escalonadas a nivel de fundaciones y/o volumétricamente escalonadas.		
	Altura de la Edificación	Hasta 4 pisos	1 punto
		5 a 7	2 puntos
		8 a 20	3 puntos
		21 ó más	4 puntos
	Subterráneos (**)	Hasta 3 niveles	2 puntos
		4 ó más	3 puntos
		> 3,5m<=8 m	1 punto
Distancia entre apoyos (luces en m.).	>8m<=10,5 m	2 puntos	
	>10,5 m	3 puntos	
(**) Cuando sólo se evalúe el subterráneo se considerará tanto el puntaje del mismo, como de la altura del edificio, cuando éstos formen parte de una misma estructura.			
<b>SUBTOTAL</b>			

PARTIDA	CARACTERÍSTICAS	PUNTOS	
INSTALACIONES	Viviendas unifamiliares con dotación de ascensores y/o montacargas.		
	Existencia de uno o más ascensores panorámicos		
	Existencia de una o más escaleras, rampas mecánicas o elevador para vehículos.		
	Climatización:	▪ Calefacción centralizada por losa, muro, radiadores o zócalos, y/o	
		▪ Sistema centralizado de aire acondicionado.	
	Aspiración centralizada. Sistema centralizado de inyección y/o extracción de aire y/o gases (se exceptúan zonas verticales de seguridad).		
	Más de un piso mecánico.		
	Sistema de correo neumático.		
	Fibra óptica.		
	Detectores de movimiento.		
	Circuito interno de comunicación por televisión.		
<b>SUBTOTAL</b>			

PARTIDA	CARACTERÍSTICAS	PUNTOS
TERMINACIONES	<b>Revestimientos exteriores</b> , con un 1/3 ó más de la superficie de: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mármol natural, pizarra, piedra, granito o porcelanato, enchapes en maderas nobles.</li> <li>▪ Muros cortinas, cristales o espejos; o</li> <li>▪ Recubrimientos Metálicos: cobre, aluminio o acero inoxidable.</li> <li>▪ Otro material de características similares.</li> </ul>	
	<b>Revestimientos interiores</b> en construcciones acogidas a la Ley N° 19.537, (Copropiedad inmobiliaria) en espacios comunes: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mármol natural, pizarra, piedra, granito o porcelanato;</li> <li>▪ Maderas finas tales como: araucaria, cerezo, raulí, caoba, u otras de características similares.</li> <li>▪ Otro material de características similares.</li> </ul>	
	<b>Revestimientos interiores</b> en Viviendas Unifamiliares y construcciones no acogidas a la Ley N° 19.537 (Copropiedad inmobiliaria): <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mármol natural, pizarra, piedra, granito o porcelanato;</li> <li>▪ Maderas finas tales como: araucaria, cerezo, raulí, caoba, u otras de características similares.</li> <li>▪ Otro material de características similares.</li> </ul>	
	<b>Pavimentos</b> de los espacios comunes en construcciones acogidas a la Ley N° 19.537 (Copropiedad inmobiliaria): <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ existencia de pavimentos de Mármol natural, pizarra, piedra, granito o porcelanato, o</li> <li>▪ maderas finas,</li> <li>▪ alfombras de muro a muro de espesores igual o superior a 10mm u otros revestimientos de calidad similar.</li> </ul>	
	<b>Pavimentos</b> en Viviendas Unifamiliares y construcciones no acogidas a la Ley N° 19.537 (Copropiedad inmobiliaria): <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ existencia de pavimentos de Mármol natural, pizarra, piedra, granito o porcelanato, o</li> <li>▪ maderas finas.</li> <li>▪ alfombras de muro a muro de espesores igual o superior a 10mm u otros revestimientos de calidad similar.</li> </ul>	
	<b>Puertas y Ventanas</b> en unidad habitacional y construcciones no acogidas a la Ley N° 19.537 (Copropiedad inmobiliaria): <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ existencia de puertas y/o ventanas, en más de un vano, en maderas finas o termo panel.</li> </ul>	
	<b>Cubiertas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acrílicos, cristales, cubierta de cobre, pizarra, tejas de alerce, arcilla, ventanas incorporadas a la cubierta.</li> </ul>	
	<b>SUBTOTAL</b>	

## Conclusión

La estructuración del Centro Integral de Desarrollo y Producción Musical permite suplir con los diversos y necesarios requerimientos para realizar un fomento óptimo e íntegro de la industria musical nacional. Sin embargo, los lineamientos estructurados y que abarca el centro integral son unidades que, muchas veces, requieren funcionar de manera indistinta, pero siempre con concordancia con los objetivos y estructuras establecidas por el centro en sí. A modo de ejemplo, un espacio dedicado a la realización de conciertos no puede estar ubicado infraestructuralmente junto a un estudio de grabación, y en el caso, de llegar a ser así, el monto de inversión para poder aislar las salas de manera independiente alcanzaría cifras muy altas.

Debido a lo anterior, el Centro Integral, respondiendo en gran medida a las condiciones actuales de la industria y del fomento nacional destinado a la cultural nacional, se ha debido estructurar por fases de implementación, las cuales equivalen a aquellas áreas identificadas en la composición estructural del proyecto inicial.

El Área de Extensión y Comercialización es el área y la fase a implementar durante este proyecto. Esta área responde netamente a las necesidades referidas a la producción de eventos.

Como se pudo ver en el análisis del presente trabajo, en Chile no existe un fomento sustancial a la industria musical nacional, que le permita desarrollar nuevos proyectos y que ponga en valor este arte.

En referencia a lo anterior, por tanto, es casi deducible que los músicos emergentes, en la región de Valparaíso y en Chile, no tienen cabida dentro de la industria musical. Es por esto, la principal razón de este proyecto en general, el que pretende generar diversas instancias de fomento a la música nacional emergente y también profesional, por medio de la entrega de plataformas, espacios, herramientas e infraestructuras.

## Referencias Bibliográficas

(1) (2) Jacqueline Hurtado de Barrera, “Metodología de la Investigación, una comprensión oolítica”, año 2008, Ediciones “Quyron”, Caracas, Venezuela.

(3) Federación Española de Municipios, “Guía de estándares de los Equipamientos Culturales en España”, año 2003, España.

(4) Friedhelm Schmidt-Welle, “Apuntes para una filosofía de la Red de Centros Culturales de América y Europa”, año 2008, Instituto Iberoamericano de Berlín, Alemania.

(5) (6) Consejo Nacional de la Cultural y las Artes, “Introducción a la gestión e infraestructura de un centro cultural comunal”, año 2009, Valparaíso, Chile.

(7) Patricio Donoso Ibañez, “Extensión universitaria en Chile” –una aproximación para su análisis, Año 1993, Santiago de Chile.

(8) (9) (10) Sayaka Nakajima, tesis: “La Universidad y la Cultura Nacional: Historia de la Extensión Universitaria Artístico Cultural en Chile”, año 2007, Chile.

(11) Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, “Diagnostico de la Gestión Cultural de los Municipios de Chile”, Año 2006, Valparaíso, Chile.

Consejo nacional de la Cultura y las Artes, “Encuesta de Participación y Consumo Cultural 2012”, Valparaíso, Chile.

Instituto Nacional de Estadísticas, “Migraciones Internas Regionales 1997-2002”, año 2007, Santiago, Chile.

Michael E. Porter, “Ventaja Competitiva”, Editorial Free Press, Año 1985, New Cork, Estados Unidos.

LEY N° 19.418 del 09/01/97, TEXTO REFUNDIDO, COORDINADO Y SISTEMATIZADO. Publicado en el Diario Oficial el 20/03/93.

Gloria Valdés y Brenda Sandoval, “Introducción a la Gestión Cultural”, año 2001, Editorial CA&C, Santiago, Chile