



UNAPPEC
UNIVERSIDAD APEC

Decanato de Artes y Comunicación

**Trabajo de grado para optar por el título de:
Licenciatura en Diseño Gráfico**

Tema:

**Plan de comunicación para la Escuela Elemental de
Música Elila Mena para motivar la cultura musical en niños
dominicanos, Santo Domingo, Rep. Dom. , 2018**

Sustentante:

Winy Paoly Almonte Heredia 20132255

Asesora:

Msc Natalia Estrella

Mayo - Agosto 2018

Distrito Nacional, República Dominicana

LIBRO DE RESERVA
Este libro de reserva
NO debe ser sacado
de la Biblioteca.

Plan de comunicación para la Escuela Elemental de Música Elila Mena para motivar la cultura musical en niños dominicanos Santo Domingo, Rep. Dom., 2018



DEDICATORIA

A Dios,
Por darme el don de transmitir emociones
puras a través de la música.

Beethoven una vez dijo, que la música es una
revelación más alta que la ciencia o la filosofía.
Honrando esas palabras, esta tesis la dedico a
todos aquellos que sienten que la música es su
motor de vivir, a los niños que buscan nuevas
oportunidades para cumplir sus sueños.

Tesis -



54090

AGRADECIMIENTOS

Quiero gratificar primeramente a Dios, el amor de mi vida, quien merece toda la honra y gloria siempre, Su amor y apoyo me han ayudado en todo el proceso de mi carrera y sin Él nada fuera hoy.

En segundo lugar a Emily, porque gracias a ella pude echarle ganas a completar la tesis en el tiempo en que lo hice, ella sabe exactamente a lo que me refiero.

A mi mami y mi papi, Patty y Agustín, porque sus esfuerzos, su amor, comprensión y el siempre decirme "tú sí puedes", me han ayudado a poder seguir el camino hacia el éxito y la felicidad. Los amo, mil veces.

Mi hermana, Windy, quien ha estado ahí dentro de mis cambios de humor, quién me ha ayudado a quedarme noches largas haciendo tareas y que aún sin entender mis procesos

artísticos, hace lo posible para aguantar cada uno de ellos.

Mis hermanitas extras; Paula, Paola, Melina y Selinée, me aman, me pelean, me inspiran a ser mejor, son un regalo enviado por mi querido Dios.

Gracias por toda la confianza, apoyo y dedicación a mis profesores, cabe destacar al querido Phillips, que a través de sus técnicas de proceso creativo, y su gran cantidad de proyectos me ayudaron a poder enamorarme de lo que realmente es el Diseño Gráfico y lo que conlleva ser una buena diseñadora.

Gracias a la profesora Natalia Estrella por creer en mí y haberme brindado la oportunidad de desarrollar mi tesis profesional y por todo el apoyo y facilidades como asesora.

No sé cómo demostrar mi gratitud a la bella Lorens Salcedo, quien Dios envió en el momento justo y

necesario para servirme de inspiración y ayuda, me enseñó que los niños son importantes, que brindar una posibilidad al cumplimiento de sueños es posible y que las cosas con amor siempre salen bien hechas, pero, sobre todo, me recordó cuán importante es la música para mí y que es mi pasión a seguir.

No puedo dejar de mencionar a mi querido jefe, Víctor González, quien definitivamente me ha enseñado a desarrollar mis habilidades y convertirme en mejor diseñadora.

A mis queridos compañeros de trabajo; Nadia, Alberto, Yamayra, Marlenys, Yuraldy, Caridad, Raysa y Miguel que fueron pacientes, ayudaron en las encuestas y soportaron, soportan y soportarán mis días de canto, a ellos, muchas gracias.

Muchísimas gracias a todos los niños cuyas sonrisas me inspiraron a trabajar en un proyecto que realmente pueda convertirse en una realidad, un proyecto con

la posibilidad de abrir un mundo de oportunidades, un proyecto que pone la música como lo importante que es; un poder, una fuerza única.

A mis padres espirituales, Rafael, Jaalix, Esperanza, quienes creen que soy talentosa, confían en mi juicio y nunca ponen en duda mis locuras y arrebatos. Simplemente me quieren como soy.

Mis amadas tías, Lupe y Xiomara, ellas me ayudan a ser mejor, me brindan la oportunidad de ser parte de más de un hogar y se han convertido en mujeres que admiro y quiero seguir.

Aquellos amigos y compañeros que estuvieron conmigo en este largo proceso, gracias por crear memorias, gracias por creer en mí, gracias porque todo lo que aprendí de ustedes influye de forma positiva hoy en mi vida.

No puede faltar la única y maravillosa maestra Suany, quién con su entendimiento y paciencia pudo servir de inspiración para yo poder convertirme en mejor diseñadora, y que con su empeño pudo ayudarme a ser mejor estudiante. Maestras así, quedan marcadas en nuestros corazones para toda la vida.

Mi abuelita hermosa, quien admiro y llevo siempre en el corazón con una dulce canción. Te amo.

Finalmente a mis theboxioners, gran parte de mi vida, gran parte de mí.

¡Ya soy licenciada!

PAOLY ALMONTE

20 años, casi cinco años de carrera. Apasionada de la música. Vive con el sueño de contar historias y experiencias a través de canciones para la vida.



ÍNDICE

Portada
Índice
Agradecimientos
Dedicatoria
Introducción

1

Marco Teórico

- 18 Antecedentes de la cultura musical
- 26 Plan de comunicación
- 28 Medios digitales
- 31 Plan de comunicación digital
- 32 Escuela Elemental de Música Elila Mena

2

Aspectos metodológicos

- 40 Enfoque de Investigación
- 40 Diseño de Investigación
- 40 Tipo de Investigación
- 42 Descripción del Tema
- 42 Métodos de Investigación
- 44 Técnicas e Instrumentos
- 45 Instrumentos de captura de datos
- 46 Población
- 47 Muestra

3

Presentación y análisis de los resultados

52 Datos de la encuesta

64 Datos de la entrevista

4

Plan de comunicación

76 Análisis de la problemática

78 Brief

79 Presupuesto

81 Estrategia de Medios

106 Estrategia Creativa

110 Imagen corporativa

113 Presentación de las piezas publicitarias

Conclusiones

Recomendaciones

Anexos

Referencia bibliográfica

La Escuela Elemental de Música Elila Mena posee ofertas académicas de educación musical totalmente gratuita para niños de 6 a 12 años de edad. Sus ofertas académicas son muy buenas sin embargo muy pocas personas las conocen, mucho menos, la existencia de la escuela.

Prepara a los niños dentro del mundo de la música a través de disciplinas y técnicas impartidas por los mejores maestros de música del país. Los niños toman clases hasta los 12 años de edad para luego, si así lo desean, entrar al

Conservatorio Nacional de Música.

Esta escuela nace para suplir la necesidad que el Conservatorio tenía de admitir adolescentes y jóvenes preparados en el mundo musical. Partiendo de esa necesidad, se ha convertido en una escuela trascendental para los niños dominicanos, pues se ha convertido en un hogar de oportunidades para poder crecer y desarrollar habilidades con la que muchos solamente pueden soñar.

En cuanto a darse a conocer a la sociedad dominicana, la Escuela Elemental de Música Elila Mena carece de un eficiente plan de comunicación. No maneja redes sociales, no maneja una página web actualizada ni un blog de noticias para redactar las actividades que se realizan. En esta época digital es muy importante el manejo de la comunicación externa e interna de cada organización.

Es necesario que una escuela como esta sea conocida por la población dominicana, ya que podría ayudar a cumplir el sueño de muchos niños que desean vivir la música, pero no pueden, ya que poseen bajos recursos.

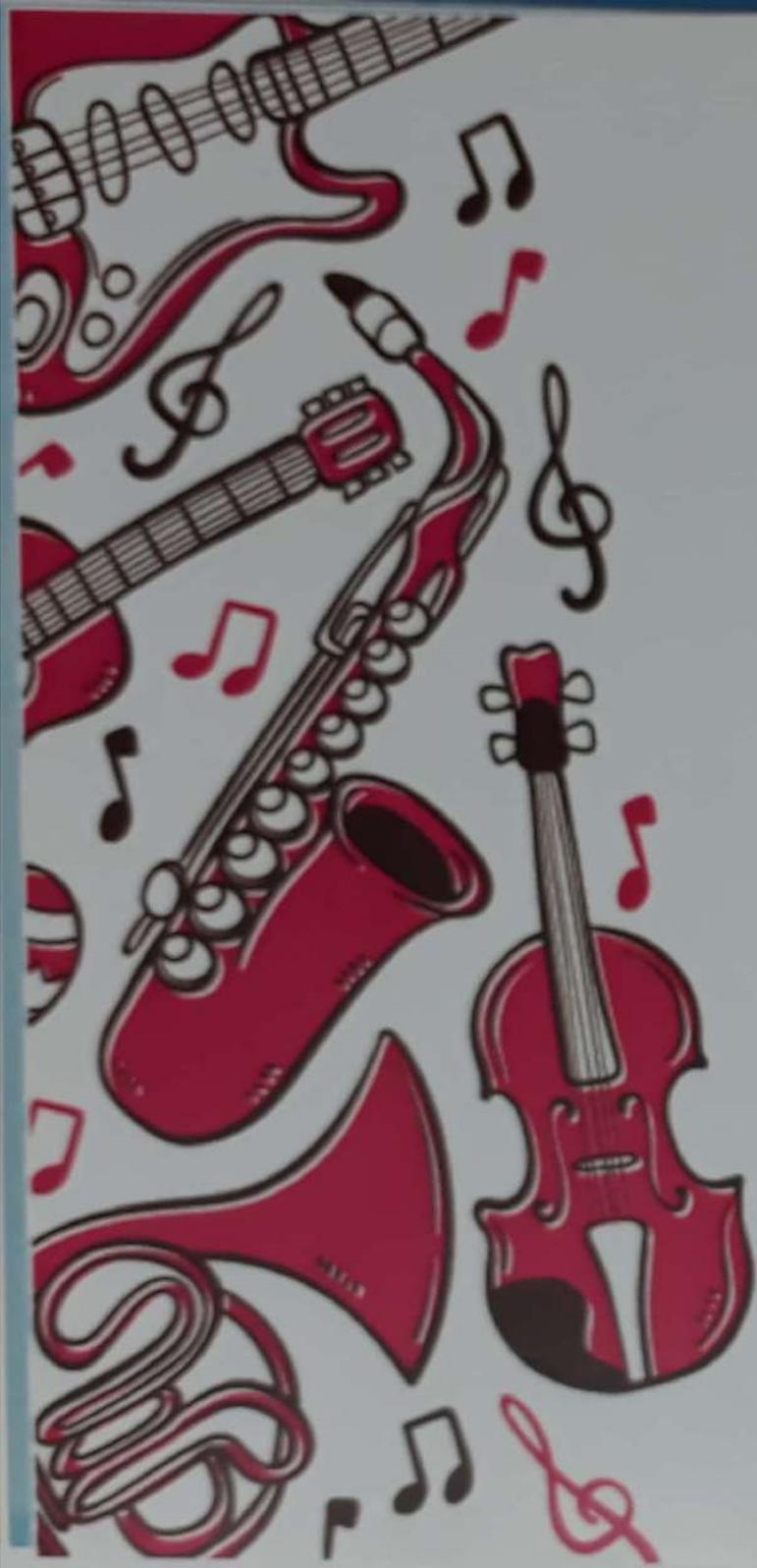
En este caso, este plan de comunicación, aportaría un antes y un después en la educación dominicana.

**El 92% de esta
generación tendrá
presencia en línea
antes de tener dos
años de edad.**

Revista Time







CAPÍTULO

01

Marco teórico



Ludwig van Beethoven

“La música es una revelación más
alta que el dogma o la filosofía”

1.1 Antecedentes de la cultura musical

1.1.1 ¿Qué es la cultura musical?

La música presenta mil engranajes de carácter social, se

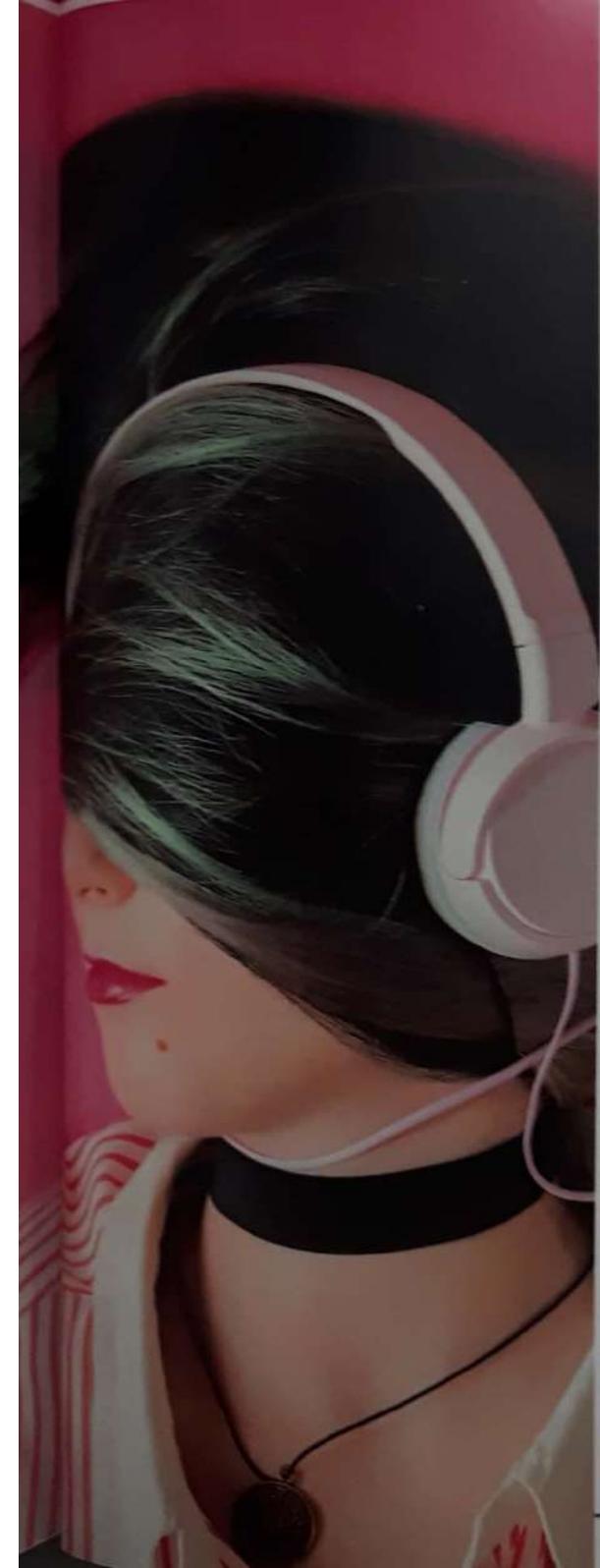
(Mansilla, 2008: 18).

La música es una de las expresiones creativas más íntimas del ser, ya que forma parte del quehacer cotidiano de cualquier grupo humano tanto por su goce estético como por su carácter funcional y social. La música nos identifica como seres, como grupos y como cultura, tanto por las raíces identitarias como por la locación geográfica y épocas históricas. Es un aspecto de la humanidad innegable e irremplazable que nos determina como tal (Angel Camus y Mansilla, 2008: 18).

El fenómeno musical no es tan sólo importante por su valor cultural, sino también por ser un elemento dinámico que participa en la vida social de la persona, y al mismo tiempo la configura (Martí, 2000).

(164).

inserta profundamente en la colectividad humana, recibe múltiples estímulos ambientales y crea, a su vez, nuevas relaciones entre los hombre" (Fubini, 2001: 164).



1.1.2 Música clásica y su importancia

La música clásica es la corriente musical que casa principalmente la música producida o basada en las tradiciones de la música litúrgica y secular de Occidente, principalmente Europa Occidental. (Wikipedia)

La música clásica se refiere a las composiciones musicales que abarcan el período llamado clasicismo musical que abarca los años entre 1750 y 1820.

Importancia

La música causa emociones. Según algunos estudios, la música tiene la capacidad de provocar

escalofríos o hacer que nuestro corazón "se hinche de alegría", incluso en diferentes culturas. Por ejemplo, la música occidental causa emociones de excitación o alegría. Esto se debería a que la música imita las características tonales de la emoción de la voz, aprovechando nuestra capacidad de comunicación y nuestras asociaciones culturales de la misma forma.

Una investigación publicada en The Journal of Surgery Cardiothoracic, escuchar música clásica u ópera tras un trasplante de corazón puede significar la diferencia entre el éxito y el fracaso, ya que han encontrado que la música reduce la ansiedad, el dolor y las náuseas, incluso afirman que podría haber algún efecto sobre el sistema nervioso parasimpático (una parte del sistema nervioso cuya función

es controlar cosas inconscientes de nuestro cuerpo, como la digestión).

Una investigación realizada por el Duke Cancer Institute encontró que usar auriculares con cancelación de ruido y en los que se escuchara música clásica (en este caso se escuchaba a Bach), redujo el dolor y la ansiedad durante una biopsia de próstata. Normalmente se produce aumento de presión arterial por la tensión y ansiedad, pero al poner la música no se dió tal aumento. Además, los que usaron auriculares informaron que sintieron menos dolor. (Fundación de Beethoven, 2013)

Según un estudio reciente del Health Science Center de la Universidad de Texas, los médicos que escuchaban a Mozart mientras realizaban una

colonoscopia aumentaron sus tasas de detección de pólipos precancerosos por encima de las referencias, y por encima de los médicos que no escuchaban música. Incluso cuando los médicos conocían la finalidad del estudio, sus tasas de detección saltaban del 27,1 % al 36,7 %, que no está nada mal. La investigación sugiere que esta mejora del rendimiento también podría darse en más profesiones y en otras situaciones.

Mozart también tiene un efecto, aparte de grandes obras musicales. Este efecto consiste, según un meta-análisis de todas las investigaciones realizadas hasta 1999 sobre el tema, en que escuchar a Mozart causaría excitación, lo cual provocaría una mejora temporal del razonamiento espacial y de la memoria a corto plazo (pero nada de mejorar nuestro cociente intelectual, que nadie se ilusione).

Según otro estudio realizado en 2003, esta mejora apenas duraría 15 minutos.

1.1.3 Origen de la música clásica

La música clásica nace como una forma de ruptura contra las reglas estrictas de la música barroca que se caracterizaban por su estructura horizontal donde varias melodías se sobreponían a la vez. (Música Blogspot, 2017)

La música clásica contrasta con el período anterior por composiciones menos pesadas por el hecho de tener solo una melodía principal que era guiaba a todos los instrumentos. Esto hace que se conserve un mismo ritmo en una sucesión de acordes de estructura vertical llamada homofonía.

La denominación música clásica ha sido definida por los musicólogos con la muerte del

compositor alemán Johann Sebastian Bach (1685-1750) que representaba el período barroco que comprende los años 1600 a 1750.

Uno de los primeros compositores de música clásica fue el austriaco Joseph Haydn (1732-1809) que se destacó especialmente con la Sinfonía No.1 en Re Mayor. Los otros dos grandes compositores que caracterizan este período son:

Wolfgang Amadeus Mozart (1756-1791): Las bodas de Fígaro, Serenata No. 13, Flauta mágica

Ludwig van Beethoven (1770-1827): Sinfonía No. 5 en Do menor, Para Elisa, Sinfonía No. 9 en Re menor.

En el clasicismo musical se crea además tres tipos de composiciones musicales:

La sonata: música escrita para varios instrumentos.

La sinfonía: música para ser

interpretada por una orquesta.

El concierto: composición para orquesta interpretada por varios instrumentos.

En la historia de la música, se denomina período clásico a aquél que abarca el barroco (1600-1750), el clasicismo (1750-1820) y el romanticismo (1820-1910) lo que puede llevar al error de confundir todo el producto de estas tres épocas como música clásica.

A pesar del uso de música clásica para cubrir estos tres períodos no es exacto, no se considera incorrecto, ya que, la música clásica se refiere de manera popular a la música erudita, académica o culta que abarca todo el período clásico finalizando con época contemporánea.

1.1.4 Origen de la música clásica en la República Dominicana

La música clásica no es un género fuerte en la sociedad dominicana. Sin embargo, desde la creación de las primeras entidades orientadas a esta corriente a principios de los 90, al día de hoy es palpable su evolución y desarrollo, aunque le falta mucho camino por recorrer para atraer al gran público. Darwin Aquino, director de la Sinfónica Nacional Juvenil, y la maestra Catana Pérez de Cuello, exdirectora del Teatro Nacional Eduardo Brito, coinciden en que la clásica no es una música que está impregnada en nuestra tradición.

Según explicó la también musicóloga, esto se debe a que

el pueblo no la conoce y no le interesa, además de tener el concepto de que es "música de muerto".

"Antes, en Semana Santa, y cuando fallecía una persona 'importante', lo que se colocaba era música clásica y aunque esa costumbre ha pasado, la creencia subsiste. También hay un desconocimiento porque la gente no tiene cómo acercarse, y las personas, normalmente, muestran indiferencia hacia lo que no conocen", dijo Catana Pérez en una entrevista con el Caribe. Entiende que su poca penetración en el pueblo se debe a un asunto de educación, porque los públicos no tienen dónde conocer sobre este género y, por lo tanto, no les interesa. "Mientras no haya una educación artística en la escuela, que les permita a los niños crecer sabiendo de la música clásica, cómo la van a conocer si sus padres la desconocen por igual. Lo clásico permanece en una élite

intelectual, porque es la población que la conoce", afirmó Catana.

"La música clásica es tradición de otro continente. Nuestra isla es una combinación de la cultura europea y la africana, y esa fusión de culturas que se generó no tiene como principal expresión musical lo clásico", manifestó el compositor y violinista. (La música clásica en el contexto dominicano - El Caribe)



1.1.5 Instituciones que promueven la cultura musical dominicana

En la República Dominicana hay varias dependencias del estado y/o privadas que promueven la



cultura musical dominicana. La mayoría son ramas del Ministerio de Cultura bajo el mando del arquitecto Eduardo Selman. A continuación son mencionadas las más influyentes.

1.1.5.1 Ministerio de Cultura

El Ministerio de Cultura es la instancia de nivel superior, encargada de coordinar el Sistema Nacional de Cultura de la República Dominicana, y responsable de la ejecución y puesta en marcha de las políticas, planes, programas y proyectos de desarrollo cultural.

Misión

Formular y regir las políticas públicas en materia cultural, de forma participativa, inclusiva y diversa, salvaguardando el patrimonio cultural y las manifestaciones creativas, a fin de preservar la identidad

nacional, y además garantizar los derechos culturales del pueblo dominicano y contribuir al desarrollo sostenible de la nación.

Visión

Ser una institución de excelencia en materia de políticas públicas culturales, que promueva una ciudadanía cultural plural, democrática y diversa, y la conservación y difusión de los bienes y manifestaciones culturales de la nación.

Valores Institucionales

- Compromiso institucional
- Creatividad
- Ética y transparencia
- Excelencia
- Respeto a la Diversidad
- Espíritu de Trabajo en equipo
- Amor al patrimonio
- Apego a la Identidad nacional
- Pasión por la cultura

1.1.5.2 Teatro Nacional

Teatro Nacional Eduardo Brito (comúnmente referido como Teatro Nacional) Es uno de los edificios más emblemáticos de la República Dominicana el cual cobra su importancia debido a la idea visionaria con que fue construido, está ubicado en el sureste del Distrito Nacional, Santo Domingo de Guzmán, en la Ave. Máximo Gómez justo en la trayectoria de la línea uno del Metro de Santo Domingo teniendo una de las paradas del Metro de Santo Domingo la parada Casandra Damirón.

El Teatro Nacional es el principal recinto del arte dominicano albergando en él la premiación más importante de la República Dominicana Premios Soberano que premia todas las facetas del arte dominicano.

1.1.5.3 Palacio de Bellas Artes

El Palacio de Bellas Artes de la República Dominicana fue inaugurado el 15 de mayo de 1956 durante la dictadura de Rafael Leónidas Trujillo Molina, con una sala habilitada con 614 butacas para la exhibición de eventos culturales y artísticos. (Ver punto 1.5.3.1)

1.1.5.4 Escuela Elemental Elila Mena

Escuela elemental de preparación musical. (Ver punto 1.5)

1.1.5.5 Conservatorio Nacional

El Conservatorio Nacional de Música es un organismo consagrado a la enseñanza musical. Sus objetivos y su acción tienen como fundamento la formación de músicos profesionales, a través de un proceso educativo de alta

calidad, sustentado en principios y valores humanísticos.

Se propone mantener una organización caracterizada por una sólida educación artística con programas que respondan al desarrollo de las exigencias actuales, teniendo una entidad que dirija los procesos de formación de músicos profesionales a nivel nacional.

Para ingresar a la Institución es necesario presentar una prueba de admisión en lectura musical y en el instrumento correspondiente, de acuerdo a un programa establecido, el cual puede solicitarse en las oficinas del Conservatorio.

El Conservatorio tiene a su cargo la enseñanza de todos los instrumentos sinfónicos, populares y folklóricos, así como de piano, guitarra, canto y toda la teórica de la música.



1.2 Plan de comunicación

1.2.1 Concepto

El plan de comunicación es un documento que recoge las estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización.

Contar con un plan de comunicación ayuda a organizar los procesos comunicacionales y guía el trabajo comunicativo.

También se puede definir como un documento estratégico que define el cómo, cuándo, dónde y por qué un cliente se desarrolla con su público con el fin de cumplir objetivos pre-establecidos.



“Un plan de comunicación de una empresa traza las líneas de actuación adecuadas para que ésta transmita el mensaje adecuado a su público objetivo”.

Las empresas buscan no descuidar una comunicación continua con los clientes, en este caso, la forma correcta de efectuarse una comunicación efectiva y con resultados beneficiosos para ambos es trazando una estrategia comunicacional o plan de comunicación.

Actualmente las empresas,

tanto grandes como pequeñas, se han enfocado en conectar con sus clientes a través de espacios digitales, aunque las estrategias poseen la misma base, son completamente diferentes, pues el plan de comunicación debe ser estructurado de forma más armoniosa y cuidadosa ya que las necesidades incumplidas del cliente pueden resaltar con más fuerza a la luz.

1.2.2 Tipos

Según mi investigación, el plan de comunicación se divide en dos renglones actualmente:

Digital: Es el tipo de plan de comunicación que va dirigido estratégicamente para medios digitales y que se toma en cuenta la diferencia de líneas a seguir según los objetivos trazados.

Convencional: Es el plan de comunicación que se utiliza para los medios tradicionales que todos conocemos, diversas estrategias pero tomando en cuenta el público y el medio.

1.2.3 Importancia de un plan de comunicación efectivo

Una institución, empresa, o cualquier entidad que ofrezca un producto o servicio, puede poseer las mejores ofertas del mercado, pero si no posee un plan de comunicación efectivo no tendrá la clientela deseada simplemente por falta de conocimiento.

Actualmente ya no sólo basta con transmitir el mensaje adecuado al público adecuado sino sembrar un motivo en la mente del consumidor para el consumo constante de los servicios y/o productos que la empresa ofrece.

A pesar del escaso papel que juega la comunicación en el sistema de escuela de bellas artes es necesario implementar técnicas comunicacionales, ya que, influye en la toma de decisión de los padres sobre la inscripción

de sus hijos en una de sus escuelas, en este caso, la Escuela Elemental de Música Elila Mena.

Ya dicho esto, a continuación detallo algunos motivos del por qué es importante la elaboración de un plan de comunicación eficiente para la Escuela Elemental de Música Elila Mena:

- El plan de comunicación permite establecer pautas a corto, medio y largo plazo. Ayuda en la constancia de la empresa con respecto a sus clientes y estrategias.

- Ayuda a posicionar o mejorar la posición de la marca en el mercado.

- Un acercamiento más preciso con la clientela.

- Planes de contingencia para la retención de clientes a través de los medios seleccionados.

- La comunicación es un pilar básico para la sociedad y los negocios.

1.3 Medios digitales

Los medios de comunicación digitales son aquellos que se emplean en la internet con el propósito de transmitir un contenido o información.

Haciendo su aparición a finales del siglo XX con el desarrollo de la informática y de las nuevas tecnologías de la información y comunicación han cambiado la sistematización de la comunicación en todo el mundo.

La aparición de las redes sociales dieron aún más sentido a la comunicación digital, la aparición de diferentes plataformas web para compartir contenido valioso, imágenes e informaciones fueron bien vistas al ojo del consumidor.

Los medios digitales son una facilitación para la promoción de servicios y/ productos de una

entidad, la posibilidad de poder compartir directamente con el cliente ha trascendido en la mente del consumidor de forma estratégica y única.



1.3.1 Redes Sociales

En la 23.^a edición del Diccionario de la Lengua Española de la RAE, lanzada en octubre de 2014, aparece por primera vez el término «red

social» como una de las 5.000 nuevas palabras que la Academia de la

Lengua ha reconocido desde su última actualización en 2006, y se define

como «Plataforma digital de comunicación global que pone en

contacto a un gran número de usuarios». Junto a esta palabra, en el

diccionario también aparecen como nuevos términos aceptados «tuit» y «tuitear».

Según wikipedia; "Un servicio de red social es un medio de comunicación social que se centra en encontrar gente para relacionarse en línea. Está formado

por personas que comparten alguna relación, principalmente de amistad, mantienen intereses y actividades en común, o están interesadas en explorar los intereses y las actividades de otros".

Actualmente las redes sociales también permiten una interacción entre negocios y clientes permitiendo un mayor rendimiento en la sección publicitaria de una empresa.

Entre los años 2001 y 2002 aparecen los primeros sitios que fomentan la comunicación entre amigos vía internet. En el 2003 aparecen servicios de redes sociales como Friendster, Tribe y MySpace que se vuelven muy populares. Rápidamente algunas empresas reconocidas ingresan a las redes sociales. Según Zamora (2006), las redes sociales son formas de interacción social, definida como un intercambio

dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad.

De igual forma muchas empresas no desaprovecharon esta oportunidad de redes sociales y las convirtieron en una forma de promocionar los servicios y/o productos ofrecidos por su marca. Sophia Amoruso, CEO de Nasty Gal comenzó su tienda en ebay en el 2006, utilizando la red social MySpace como espacio para hacer amigos y promocionar la ropa vintage que vendía en ese momento.

Algunas de las redes sociales más utilizadas al día de hoy son Facebook y Twitter.

Facebook fue creado alrededor de 2004 por un grupo de estudiantes liderado por Mark Zuckerberg, con el objetivo de mantener en contacto a los estudiantes de la Universidad de Harvard (USA). Sin embargo, al poco tiempo cualquier persona con una cuenta de correo electrónico podía unirse. Así, Facebook empezó a ganar popularidad en el ambiente estudiantil, para luego ampliar su target. La traducción de la red a varios idiomas, permitió su expansión mundial. Hoy en día esta red social cuenta con más de 1000 millones de usuarios.

Twitter fue creado un poco después que Facebook, alrededor del año 2006 y es una red social que permite publicar textos medianamente cortos (140 caracteres), que son popularmente conocidos como "tuits" y que aparecen en la página principal del usuario

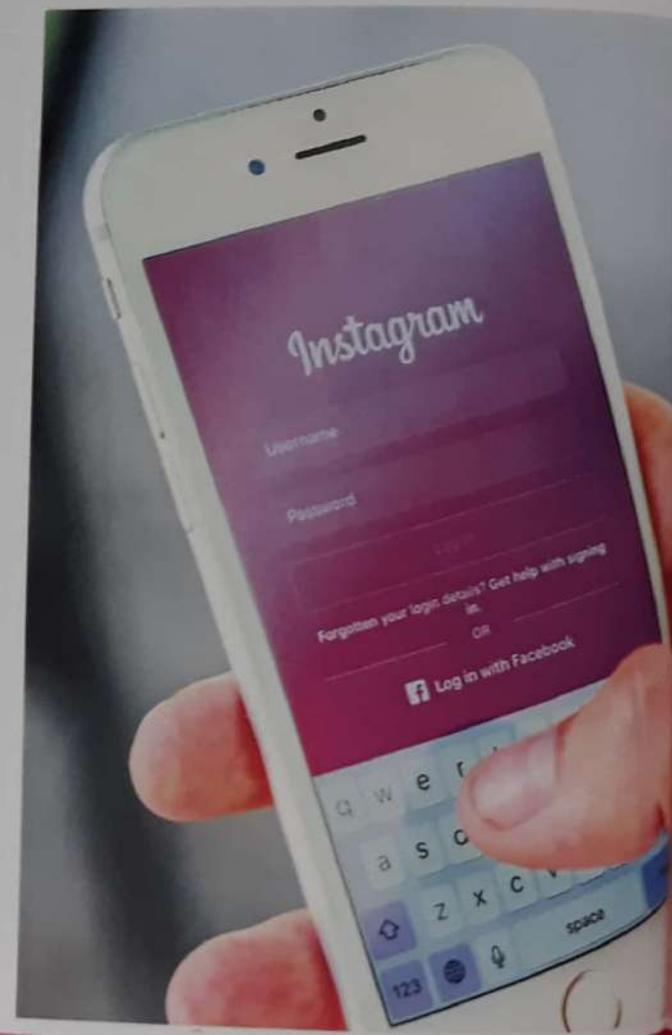
que los publica. De esta manera, cada individuo suscrito a dicha red, puede elegir "seguir" a otros usuarios, y de esta manera ver el contenido de sus publicaciones.

1.3.2 Web 2.0

Según Wikipedia, el término Web 2.0 o Web social comprende aquellos sitios web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web.

Con la llegada del siglo XXI, internet evolucionó hacia lo que se llamó la «web 2.0», en la que principalmente se fomentaba la creación de contenido por parte de los propios usuarios. Esto supuso que nacieran numerosas herramientas online que propiciaban la interacción, la escucha y la colaboración entre los internautas. También permitió el nacimiento de las

primeras redes sociales a imagen y semejanza de las que en la actualidad utilizamos, creadas con el objetivo de conectar en internet a los amigos que se tenía en la vida real.



1.4 Plan de comunicación digital

Un plan de comunicación digital simplemente se basa en estrategias dirigidas para un público en la web.

Actualmente hay en vigencia muchas redes sociales y blogs, pero no todos están en funcionamiento hacia el mismo objetivo. Esto significa que es sumamente necesario armar una estrategia desde cero con el propósito de que todo resulte con eficiencia para una empresa o marca personal.

Por eso, un Plan de Comunicación Digital requiere replantearse desde un primer momento cuáles van a ser los objetivos a seguir. El proceso ideal sería utilizar las famosas "6 W del periodismo" que son: Who, What,

Where, When, Why, How (Quién, Qué, Dónde, Cuándo, Por qué, Cómo).

•Quién: Aquí entraría todo lo referente a la identidad de la marca y/o empresa.

•Qué: Exactamente qué se quiere comunicar en el ámbito digital. Ya sea desde exposición de la marca a aumento de tráfico, el objetivo siempre es llegar a la mayor cantidad de gente posible. Sino, de nada sirve la inclusión de un plan de comunicación.

•Por qué: Responde a la pregunta "¿Qué?", el motivo por el cual se quiere insertar al ámbito digital. Conseguir más contactos, ganar renombre, cada uno sabrá cuál es su objetivo esencial.

•Cómo: Se puede identificar como una de las áreas más trascendentes, implica la creatividad y la diferenciación. Es el núcleo del marketing de contenidos.

•Dónde: Qué canales se van a utilizar dependiendo las necesidades y recursos. Elegir entre estar en las diferentes redes sociales o sólo en algunas, potencias las páginas de una web o un blog. Invertir en publicidad para medios digitales, como Google, Twitter, Facebook, etc.

•Cuándo: Se mide partiendo de la frecuencia y la constancia con la cual se van a realizar las publicaciones. Ya sea de contenido o publicitario.

1.5 Escuela Elemental de Música Elila Mena

1.5.1 ¿Qué es la Escuela Elemental de Música Elila Mena?

La Escuela Elemental de Música "Elila Mena" forma parte del Sistema Nacional de Escuelas de Bellas Artes que representan, en materia de educación artística, a la Secretaría de Estado de Cultura.

Esta Escuela Elemental, es una institución oficial cuyo principal soporte económico es el Estado, y como su nombre lo indica se encarga de preparar en el nivel básico a niños/as que pasarán al Conservatorio Nacional de Música.

La Escuela nace por la necesidad de la existencia y funcionamiento de un centro de enseñanza básica que requería el Conservatorio

Nacional, para armonizar con ella la enseñanza de los programas y planes de estudios. Es así, cuando, en 1947 nace la Escuela Elemental de Música que se nutre en sus inicios con los profesores/as del conservatorio y parte de sus alumnos/as.

La escuela está destinada a proporcionar conocimientos académicos a menores de edad que se interesen en el estudio de la música. Ofrece un Curso de Iniciación Musical, que requiere una edad mínima de 4 años de edad y máxima de 7 para poder ingresar.

Objetivos

Establecer el plan de estudios para la obtención del Certificado Oficial de Suficiencia de la Educación Básica en Música.

Propiciar un acercamiento más profundo al hecho musical, formando un equilibrio adecuado entre el conocimiento teórico, el desarrollo de las destrezas instrumentales y la aprehensión de los principios que determinan el fenómeno artístico-musical.

Visión

Aportar a la sociedad individuos con un desarrollo satisfactorio de conocimientos musicales, conocedores de su identidad, apegados a sus tradiciones culturales y comprometidas con la realidad nacional; que manifiesten una sensibilidad adecuada y aprecio por la música como elemento fundamental de su desarrollo integral.

Misión

Fomentar las bases de una formación musical sólida. Descubrir, canalizar y desarrollar

los conocimientos, las habilidades y destrezas musicales de niños con posibilidades en el futuro de hacer de la música su carrera profesional.

Instrumentos impartidos

Violín, Viola, Violoncello, Flauta Traversa, Oboe, Clarinete, Piano, Percusión, Guitarra Clásica, Trompeta.

Asignaturas

Lenguaje Musical, Entrenamiento rítmico-auditivo, Teoría Musical, Apreciación Musical, Coro, Ensamblés.

Formas de Ingreso

1era. Vía Prueba de Aptitud Musical

2da. Vía Examen de Admisión (Examen de Instrumento, Examen Lenguaje Musical, Examen de Apreciación Musical)

Edad de ingreso

5 hasta 10 años: Niños que no tienen conocimientos Musicales.

5 hasta 12 años: Niños que sí tienen conocimientos musicales y saben tocar el instrumento de acuerdo a su edad.

Instrucciones específicas

1era. Información de cupos para edades disponibles en el año escolar correspondiente y Recepción de Solicitudes de inscripción a partir del 15 de enero cada año.

2do. Los Exámenes de Admisión para niños con conocimientos musicales son en el mes de Agosto cada año, deben inscribirse del 1 al 15 de Junio.



1.5.2 Impacto de la escuela en la República Dominicana

En los primeros años se les ofrece actividades propias del nivel, como percusión menor, expresión corporal y flauta dulce. Luego de los siete años pasan al nivel básico, donde se estudia un instrumento específico, como: piano, violín y chelo, al finalizar se le otorga un certificado.

La profesora Altabeira Polanco, explica que la música es una disciplina que estimula a los niños/as a desarrollar habilidades matemáticas y a tener mayor responsabilidad en los estudios.

En la actualidad la Escuela Elemental de Música es la matriz de donde salen la mayoría de los alumnos/as del conservatorio.

La Escuela Elemental de Música ha ayudado a florecer a numerosos artistas dominicanos,

entre ellos: Michael Camilo, Dante Cucurullo, Jorge Tavéras y José Antonio Molina. Ha impactado la vida de estas personas dándoles un propósito para poder vivir de sus sueños y poder cumplir metas que se han establecido de forma disciplinada y confiada.

Ayuda a que muchos niños no estén ociosos en actividades banales o sin propósito alguno y permite que estos se desarrollen positivamente dentro de la sociedad.





1.5.3 Palacio de Bellas Artes

1.5.3.1 ¿Qué es el Palacio de Bellas Artes?

El Palacio de Bellas Artes es el hogar de la danza y exposiciones de arte en Santo Domingo. Toma un momento para apreciar la riqueza cultural de la ciudad mientras caminas por el palacio, o asiste a uno de los muchos eventos y exposiciones que se realizan durante todo el año. El palacio de Bellas Artes alberga un gran número de instituciones de arte en Santo Domingo, como la Escuela de Artes Visuales.

1.5.3.2 Departamento de comunicación de Bellas Artes

La herramienta de Web 2.0 es un instrumento sumamente necesario para el desarrollo de una empresa en la actualidad. La necesidad de estar presente

en los medios digitales se ha convertido en una de primer lugar, las personas buscan conseguir toda la información que solicitan a través de estas plataformas, y es por eso, que es imprescindible contar con un departamento exclusivamente dedicado a centralizar el trabajo en este campo y así evitar descoordinación en la estrategia.

El Palacio de Bellas Artes, quién se encarga de la parte comunicacional de todas sus dependencias, tiene un departamento actualmente con tres miembros funcionando.





“

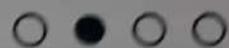
*“Cada niño que aprende música,
es un niño que alejamos de las
calles”. – Félix Germán*

CAPÍTULO

02

**Aspectos
metodológicos**





“**Bono,
U2**

“La música puede cambiar el mundo porque puede cambiar a las personas”.

2.1 Enfoque de Investigación

El enfoque de esta investigación naturalmente es deductivo ya que parte de teorías generales que parten de la situación actual de la Escuela Elemental de Música Elila Mena.

La problemática esencialmente es la falta de comunicación estratégica o la inexistencia de la misma, a través del enfoque deductivo se trabajarán una serie de cuestionarios, encuestas y entrevistas para verificar que dicha teoría es realmente certificada y válida. Sin embargo es importante investigar la raíz del problema y brindar una propuesta de solutiva.

2.2 Diseño de Investigación

El diseño de esta investigación corresponde al no experimental, ya que se describen las anomalías tal y como transcurren en la realidad, sin manipular las variables a investigar. En el caso de esta investigación se revelarán las deficiencias del sistema comunicacional que utiliza la Escuela Elemental de Música Elila Mena.



2.3 Tipo de Investigación

La presente investigación será un estudio de campo de tipo descriptivo, ya que se realizará de acuerdo a la naturaleza del problema y la profundidad del análisis que se quiere abordar.

La investigación será apoyada en informaciones, documentos y fuentes de origen científico, los cuales sustentarán la base teórica para la misma. Por lo tanto, al mismo tiempo se considerará una investigación de tipo explicativa.

Se mostrará de forma meticulosa la situación de estudio de los alumnos de la Escuela Elemental Elila Mena, el proceso de admisión y aceptación de los nuevos estudiantes, el estado de las facilitaciones y las clases, y el proceso comunicacional de las actividades, asignaturas

y todo asunto referente a la escuela y su colaboración con la comunidad para la cultura musical dominicana.

En el mismo orden, se realizará en conjunto con los entes encargados del desarrollo de la escuela: Palacio de Bellas Artes y el Conservatorio Nacional.



2.4 Descripción del Tema

La investigación se llevará a cabo en un período de tres meses, de mayo - julio 2018. Se realizará a nivel nacional con el propósito de determinar con datos recientes y tangibles, obtenidos en este lapso de tiempo, los puntos principales para el desarrollo del plan de comunicación.

2.5 Métodos de Investigación

La investigación se llevará a cabo en un período de tres meses, de mayo - julio 2018. Se realizará a nivel nacional con el propósito de determinar con datos recientes y tangibles, obtenidos en este lapso de tiempo, los puntos principales para el desarrollo del plan de comunicación.

2.5.1 Método deductivo

Para poder llegar a un diagnóstico general y concreto de la problemática, se utilizará este método, a través de la unión de todos los indicios negativos encontrados a lo largo de la investigación que encamina a una conclusión general.

2.5.2 Método inductivo

Partiendo del comportamiento esencial de la muestra, con el

objetivo de lograr aquellos detalles individuales e imprescindibles que influyen y estructuran el problema principal.

2.5.3 Método analítico

Será utilizado con el fin de descomponer los todos los elementos de la investigación con el objetivo de indagar en cada uno de ellos de manera más precisa. Cuya finalidad es detectar los comportamientos de la administración, bajo la cual se encuentra la Escuela Elemental Elila Mena, que estructuran la problemática comunicacional que este posee.

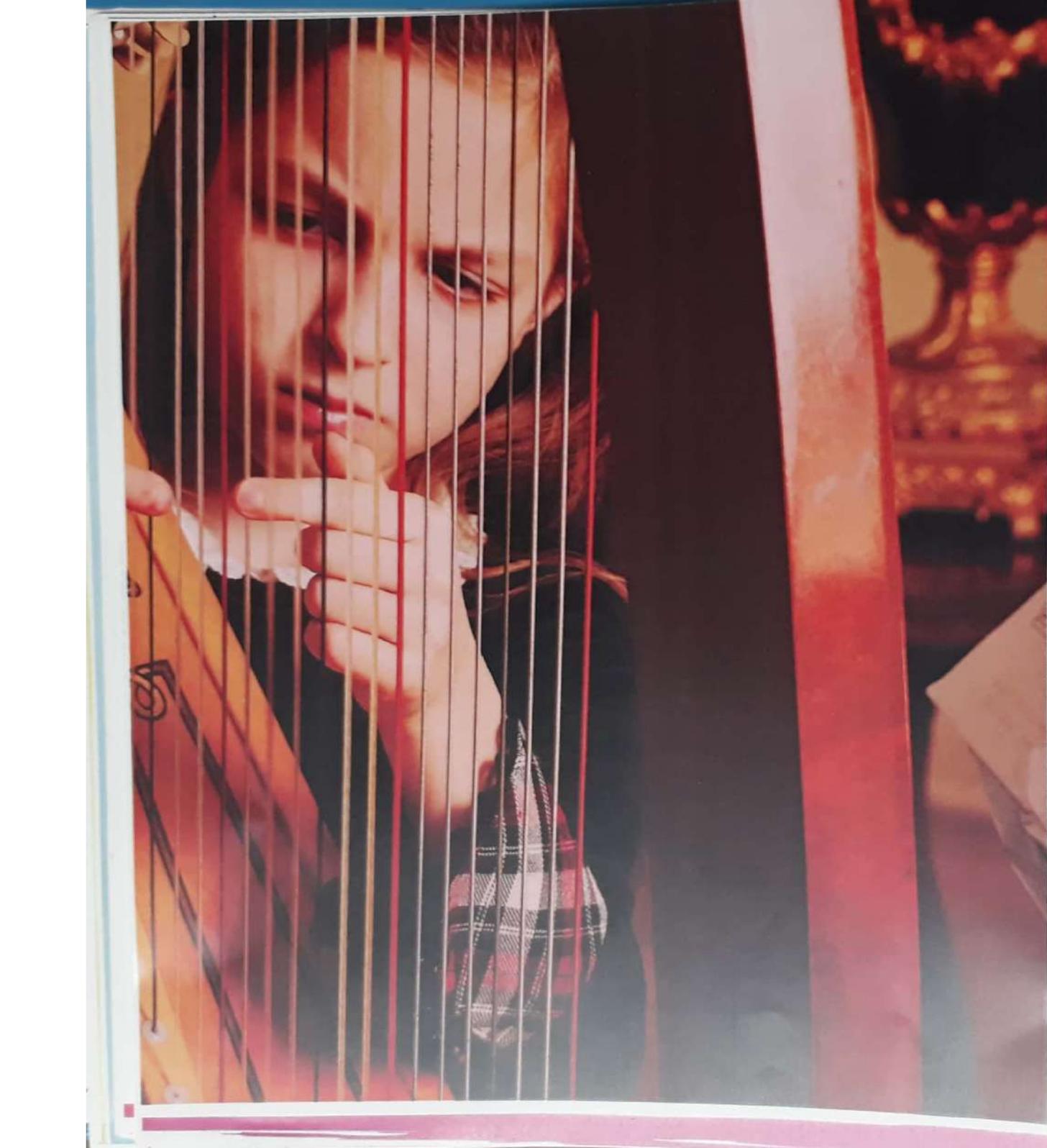
2.5.4 Método sintético

Se utilizará con el objetivo de obtener respuestas a las interrogantes que forman parte de la sistematización del problema de la investigación.

2.5.5 Método estadístico

Este permitirá la obtención de datos con el objetivo de analizar e interpretar los resultados de la encuesta. De esta forma se comprenderá la realidad de la situación y se facilitará la elaboración de un plan de comunicación ideal para erradicar la problemática de la investigación.





2.5 Técnicas e instrumentos

Entrevistas

Para la recolección de datos que formarán parte de la realización del análisis profundo de la situación real del proceso comunicacional de la Escuela Elemental Elila Mena, serán aplicadas técnicas tradicionales de investigación como encuestas. Estas serán aplicadas a diferentes muestras de la población escogida, en este caso, los habitantes del gran Santo Domingo, el Distrito Nacional y San Cristóbal de la República Dominicana.

Serán realizadas también entrevistas a directivos, alumnos, maestros y técnicos pertenecientes a Bellas Artes, el Conservatorio Nacional y la Escuela Elemental Elila Mena. Estas

técnicas serán implementadas con el fin de obtener información que posteriormente será utilizada como parte estructural de la base para la realización de una propuesta eficaz, única y eficiente que presente la solución del problema a través de la estructuración de un plan de comunicación para medios digitales.

Encuestas

Con el propósito de recolectar información crucial para evaluar el conocimiento de la población dominicana con respecto a varios aspectos de la institución y su metodología, se realizaron encuestas a varios dominicanos del gran Santo Domingo y provincias claves para el desarrollo de la Escuela.

2.7 Instrumentos de captura de datos

Para el trabajo de investigación se utilizaron como técnicas o instrumentos de captura de datos, entrevistas personales, encuestas y la observación.

Las entrevistas fueron realizadas a la profesora de música en la escuela Lorens Salcedo, un profesor anónimo de solfeo de la escuela y a miembros departamentales del Palacio de Bellas Artes en el área de comunicación.

Estas se realizaron con el objetivo de conocer la metodología de educación de las escuelas, el funcionamiento del departamento de comunicación y la potencialidad de las escuelas como empuje para la cultura musical en los niños dominicanos.

Las entrevistas fueron compuestas por preguntas abiertas con objetivos específicos en:

- Conocer la experiencia de los entrevistados en el área.
- Identificar los beneficios de la Escuela Elemental Elila Mena para los niños dominicanos.
- Identificar el número de alumnos que actualmente posee la escuela.
- Conocer los factores que impiden un mayor alcance informativo de las ofertas académicas de la escuela.
- Describir las estrategias de comunicación actualmente utilizadas por el Palacio de Bellas Artes para la Escuela Elemental Elila Mena.

En otro ámbito, se desarrolla una encuesta en el campo para conocer el funcionamiento de la escuela, su programa de asignaturas y cómo aporta en el

crecimiento musical de los niños dominicanos. Esta técnica de investigación estuvo compuesta por preguntas cerradas cuyos objetivos eran:

- Identificar los medios de comunicación más utilizados para divulgar la información académica de la escuela.
- Conocer el proceso de admisión.
- Identificar el método de enseñanza de los estudiantes.
- Conocer las plataformas de enseñanza utilizada por los maestros.
- Identificar soluciones factibles para los alumnos.

2.8 Población

Según Tamayo (2012) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación. Tamayo, M. (2012) Op., cit., p. 180.

Es el conjunto total de individuos que poseen algunas características observables en un lugar o momento determinado, donde se desarrollará la investigación.

La población de esta investigación está basada en los habitantes pertenecientes

a cualquier clase social, tanto media, baja y alta del territorio nacional de la República Dominicana.

Según los datos obtenidos de la base de datos de REDATAM sobre el IX Censo Nacional de Población y Vivienda del 2010 desarrollado por la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE), la población está compuesta por 9,445,281 personas, de estos 4,739,038 son hombres y 4,706,243 son mujeres.

La población ya mencionada para extraer la muestra con la cual se obtendrá el público objetivo que será escogido en función del grupo de personas que muestran interés en la cultura musical, niños y adolescentes que no tienen el conocimiento de las facilitaciones de la Escuela Elemental de Música Elila Mena.



2.9 Muestra

La muestra es la que determina la problemática ya que es capaz de generar los datos con los cuales se dan a conocer los errores dentro del proceso. Según Tamayo, T. Y Tamayo, M (1997), afirma que la muestra "es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico" (p.38)

La muestra en el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia (Hernández et al 2008, p.562).

A través de la fórmula de Fisher y Navarro se pudo determinar la muestra final de esta investigación. Las personas de las

muestras están comprendidas en edades de 15 años a 49 años en adelante del territorio Nacional de la República Dominicana.

2.9.1 Distribución muestral

Se señaló un fragmento de la población del territorio nacional para la selección de la muestra atendiendo al resultado del marco muestral de ambos sexos entre los 15 y 49 años de edad en adelante.

Según los resultados obtenidos de la base de datos de REDATAM sobre el IX Censo Nacional de Población y Vivienda del 2010 desarrollado por la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE), la población está compuesta por 9,445,281 personas, de estos 4,739,038 son hombres y 4,706,243 son mujeres.

Según el marco muestral, estos habitantes están distribuidos con las características mostradas a continuación:

Grupo de Edad
Habitantes

10-17 años	1,567,644
18-24 años	1,266,274
25-34 años	1,479,305
35-49 años	1,709,758
49 en adelante	1,587,134
Total	7,610,115

Tabla 1 Distribución de habitantes por edad en República Dominicana.
Fuente: IX Censo Nacional 2010, Distrito Nacional

2.9.2 Tamaño de la muestra

Como objeto de estudio, se eligieron hombres, mujeres y niños de 10 años de edad en adelante

Y residentes de la República Dominicana.
Tomando en cuenta la elevada población, se decidió aplicar la fórmula de Fisher y Navarro para delimitar el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^{-2} \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

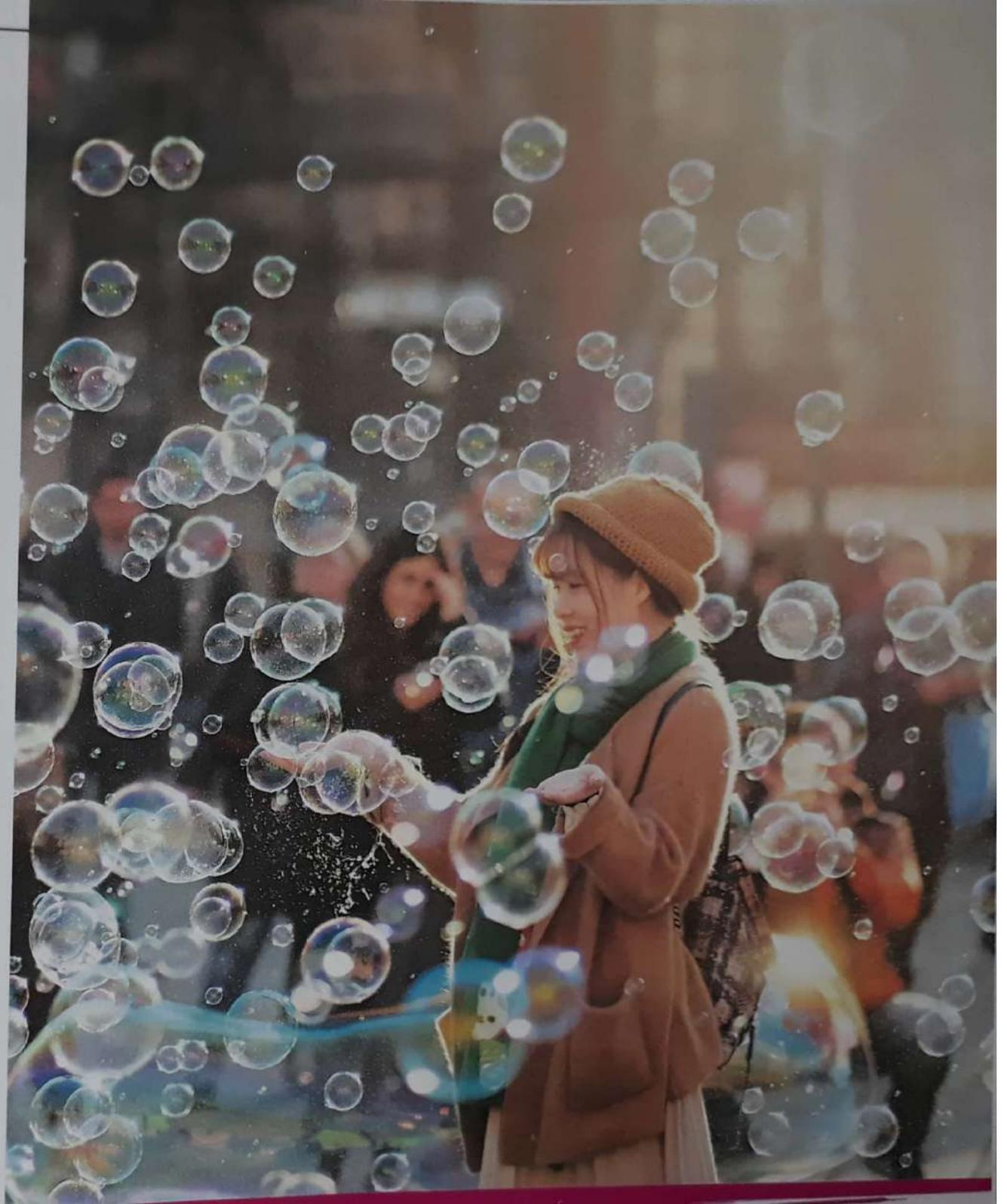
7,610,115	0.95
1,96	0.95
5%	0.5
0.5	0.95

$$n = \frac{1.96 (0.5) (0.95) 7,610,115}{(0.5) (7,610,115 - 1) + 1.96 (0.5) (0.95)}$$

$$n = 730$$

2.9.3 Tipo de muestra

La técnica de muestreo utilizada para esta investigación es el muestreo no probabilístico consecutivo, por lo tanto se intentará incluir a todos los sujetos accesibles como parte de la muestra, de esta forma se pueden incluir a todos los sujetos que están disponibles, de esta forma representar mejor a toda la población.

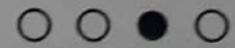


CAPÍTULO

03

**Presentación y
análisis de los
resultados**





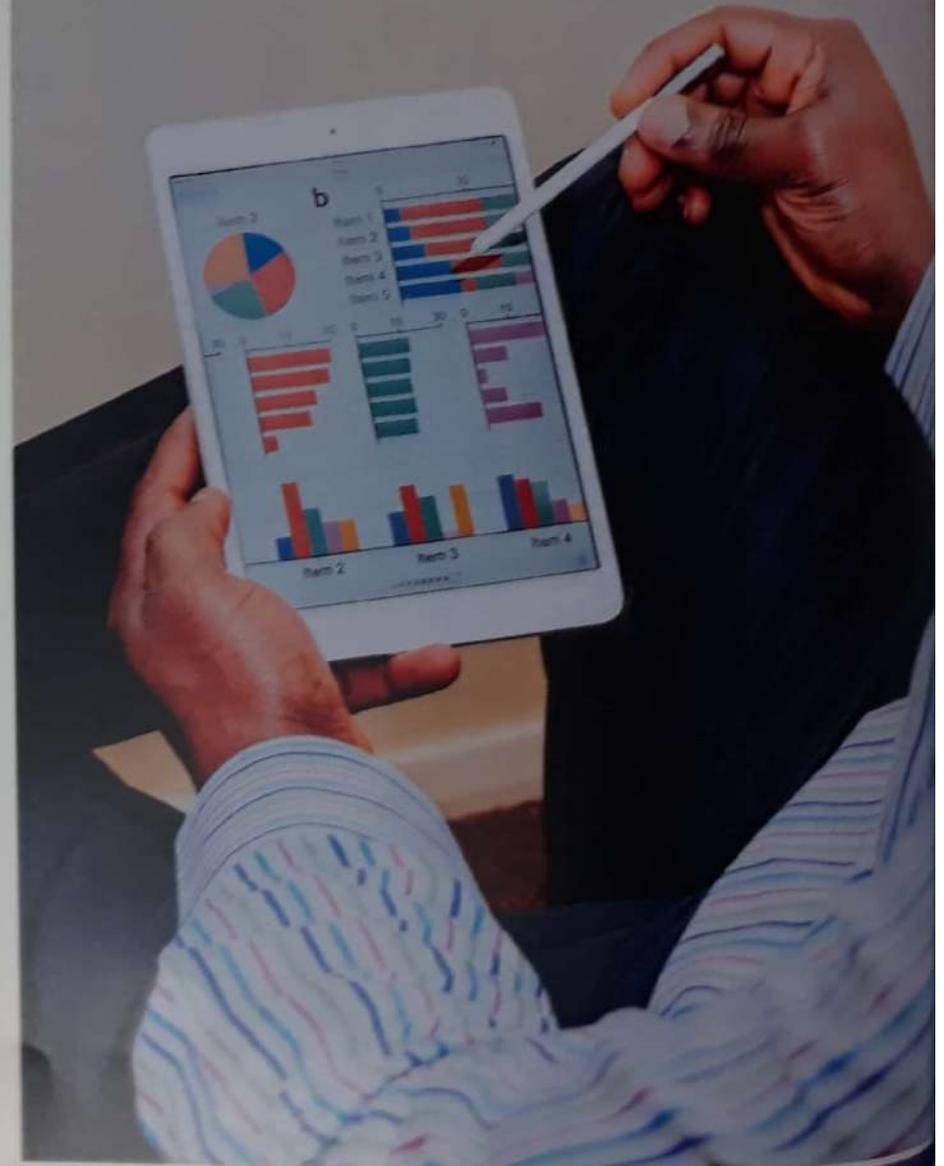
“ **Victor
Hugo**

“La música expresa lo que no puede ser dicho y aquello sobre lo que es imposible permanecer en silencio”.

4.1 Datos de las encuesta

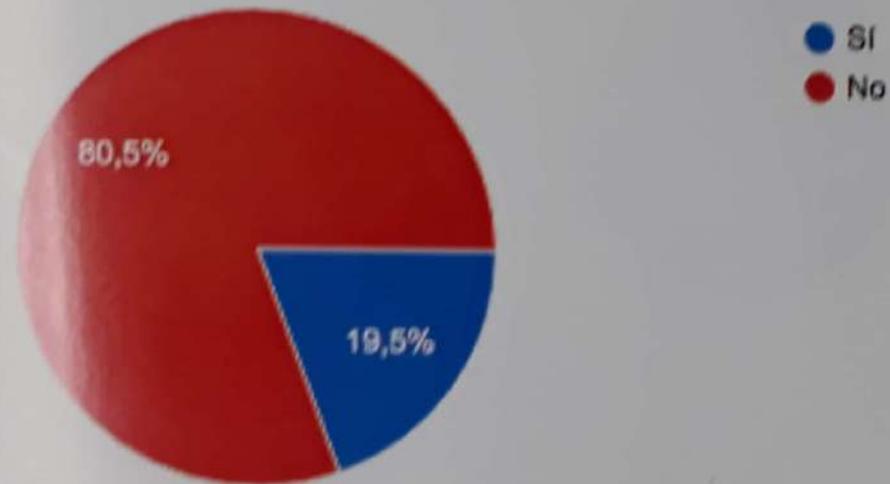
Se realizaron tres encuestas para la recolección de datos necesarios para el proceso de investigación y elaboración estratégica de la solución.

Una encuesta dirigida a los estudiantes y maestros del centro, las otras dos encuestas fueron dirigidas a la población.



Encuesta para interesados/no estudiantes con respecto a la Escuela Elemental de Música Elila Mena

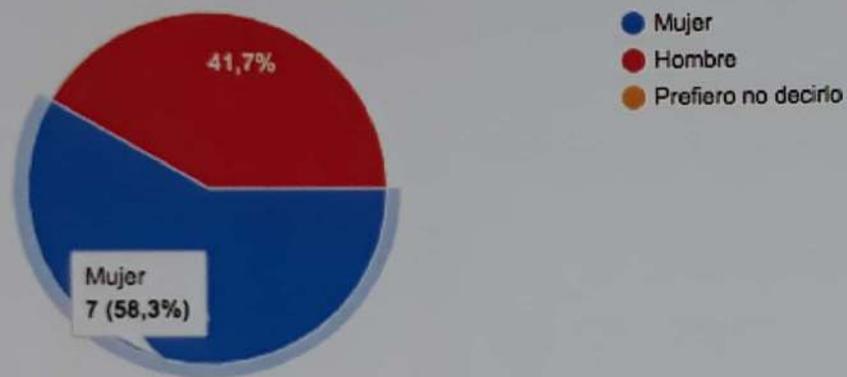
¿Conoces la Escuela Elemental de Música Elila Mena?



Edad



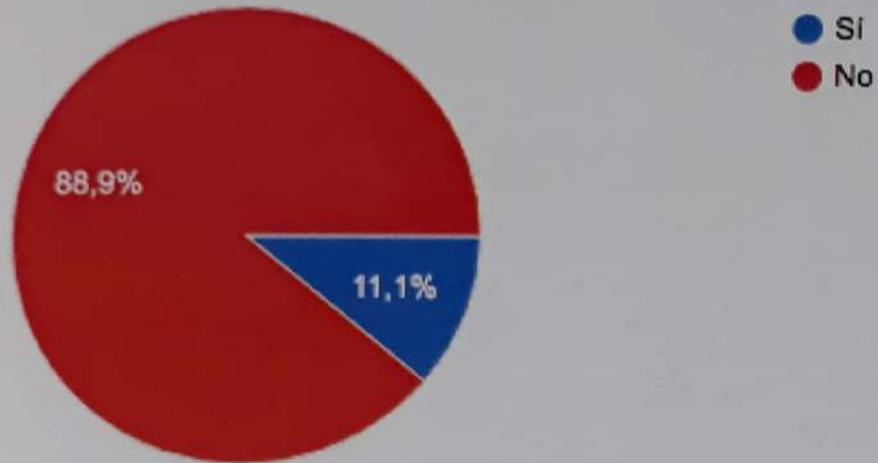
Sexo



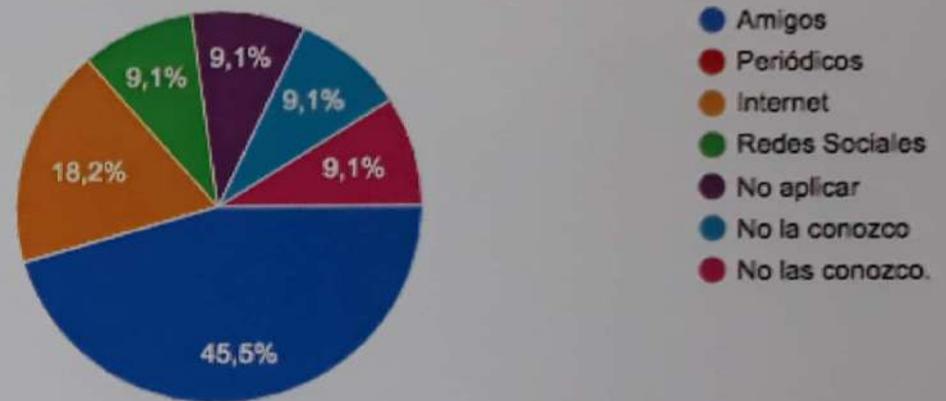
En caso de conocerla, ¿Cómo escuchaste de ella?



¿Conoces todas las ofertas académicas del centro?



En caso de conocerlas, ¿cómo obtuviste información al respecto?

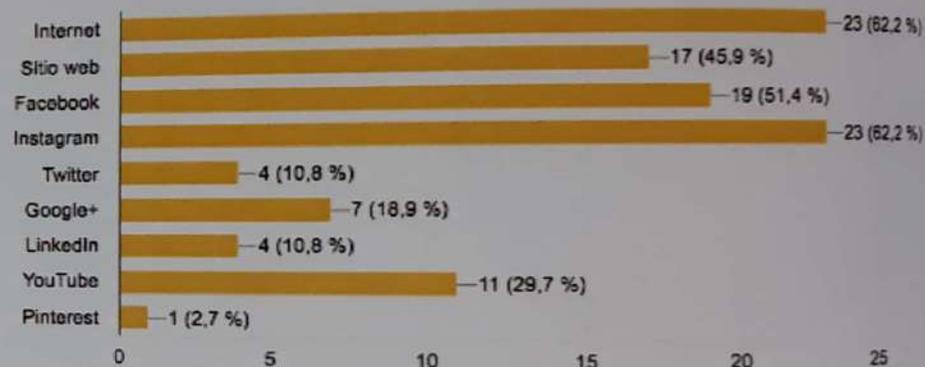


¿Crees que es necesaria la presencia de la escuela en los diferentes medios digitales?

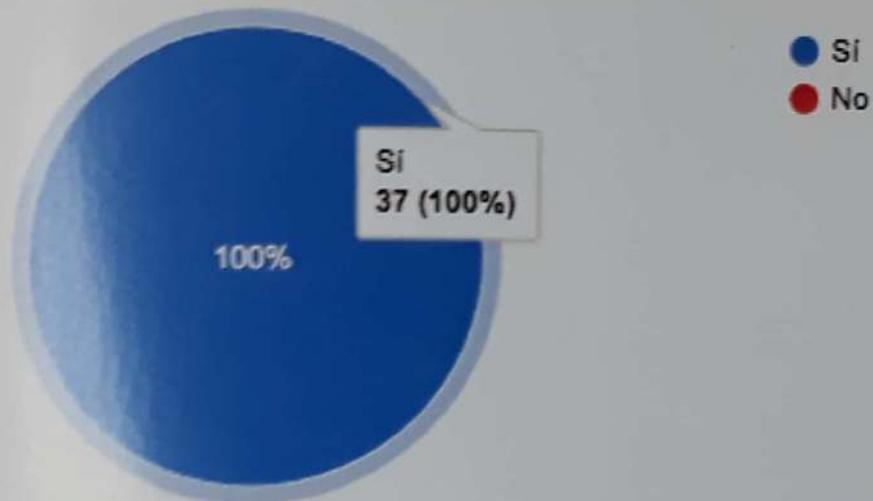


● Sí
● No

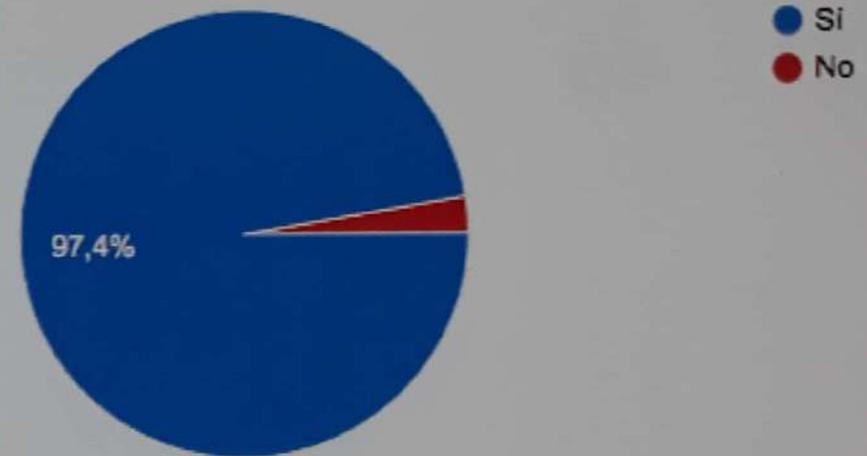
¿Cómo prefieres la obtención de información sobre el centro? (Puedes seleccionar más de una)



¿Prefieres que el pensum académico esté disponible en línea?



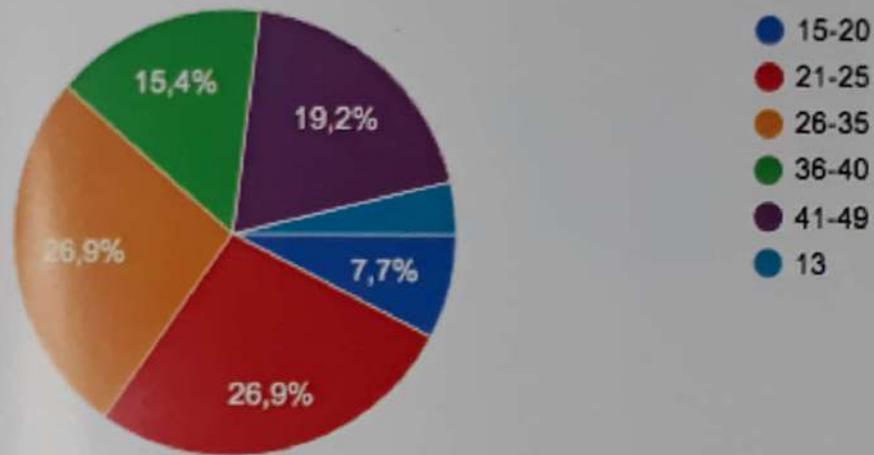
¿Crees que más personas necesitan conocer sobre la Escuela Elemental de Música Elila Mena?



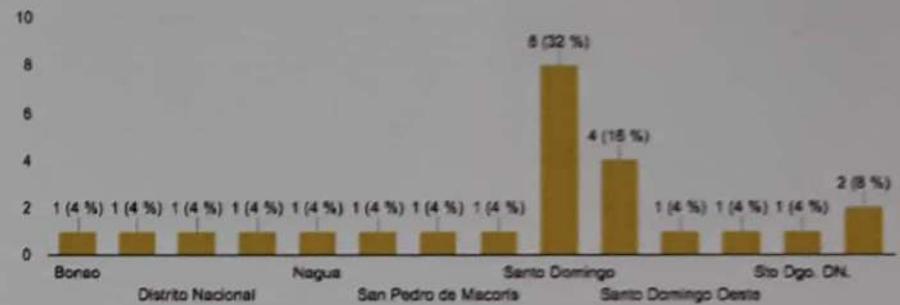


Encuesta para determinar el consumo de música clásica de dominicanos.

¿Cuántos años tienes?



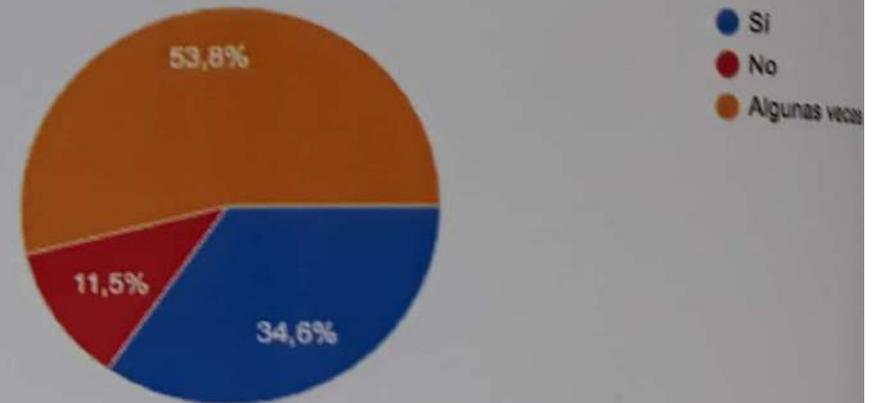
¿De qué provincia eres?



Sexo



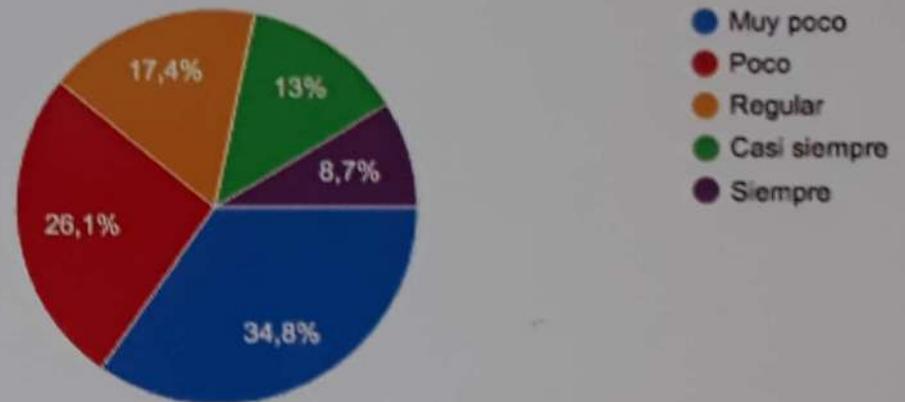
¿Escuchas música clásica?



En caso de tu respuesta ser no, ¿por qué?

- No me gusta. Es aburrida.
- No me siento atraída a ese estilo
- Casi no escucho música

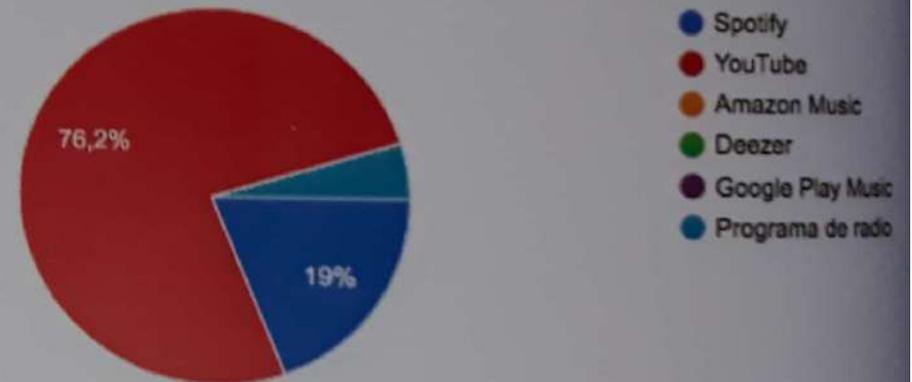
En caso de escuchar música clásica, ¿Cada cuánto escuchas música clásica?



En caso de escuchar música clásica, ¿Quién es tu artista clásico favorito?



En caso de escuchar música clásica, ¿Qué plataforma utilizas para escucharla?



4.2 Datos de la entrevista

Se realizaron dos tipos de entrevistas, una para los empleados del departamento de comunicación del palacio de bellas artes y otra para profesores de la Escuela Elemental Eliza Mena.

También se entrevistaron a profesionales y practicantes del área de comunicación y/o marketing digital.

Se formularon preguntas base, sin embargo, el entrevistado tenía la oportunidad de responder libremente y crear una conversación que compartiera informaciones útiles para el plan de comunicación.



Lorens Salcedo



Doriana Del Pilar



Julissa Batista



Lorens Salcedo

Lorens es una cantante lírica y contemporánea de voz soprano, es también maestra de canto en la Escuela de Música y actualmente da sus propias clases, es una de las mejores.

1. ¿Cuánto tiempo tienes laborando en la escuela?

1 año

2. ¿Por qué laboras en la escuela?

Laboro en la escuela por varias razones.

A) Es mi mejor medio para aportar mis conocimientos a la comunidad infantil y adolescente de mi país. Creo en que la educación musical tiene el potencial de cambiar el rumbo de una vida.

B) Tengo dos sueldos. Uno es el dinero que devengo por enseñar, el otro es el valor curricular que me aporta

trabajar en la escuela que representa la educación musical en RD. Es el "Conservatorio para niños" y tiene ese prestigio.

3. ¿Qué crees debe mejorar de la escuela?

Debe mejorar la infraestructura física. Es pésima. Debe mejorar el sistema de evaluación a los maestros. Debe mejorar la cantidad de maestros que tiene. Demasiados alumnos, muy pocos maestros. El Ministerio de Cultura debe incluir en la nómina a más maestros. Es la situación más urgente que tiene la escuela. Cada vez se les dedica menos tiempo a los niños y a sus clases de instrumentos. Un maestro que daba dos y tres horas semanales de un instrumento por niño, ahora está dando media hora a la semana. Hay que incluir personal.

4. ¿Ves factible una plataforma en línea en donde los estudiantes puedan revisar

y acceder a sus asignaciones?

Lo veo factible y al mismo tiempo no. El problema para el desarrollo de esta propuesta reside en la edad de los chicos. En el Elila Mena se aceptan niños desde los 6 años. A esa edad no se tiene un acceso consciente a celulares, tablets y computadoras. Se usan para jugar y demás. Creo que se sí se podrían dejar asignaciones que se realicen con la ayuda de los papás. Ahora bien, los pubertos sí pueden sin inconveniente acceder a sus propios aparatos electrónicos.

5. ¿Crees que la institución necesita presencia en medios digitales, por qué?

Aquí no sé qué responderte. La respuesta general sería que sí. Se necesitan medios digitales para exponer a la escuela, pero estando dentro nos conviene estar así como estamos. Tenemos más de 400 estudiantes y no damos abasto. Veo constantemente

cómo pasan los jeepetones a buscar a los niños a una entidad pública y gratuita. Los de clase media-alta y alta están aprovechando la institución, pero se debe a la ignorancia del promedio (clase baja) de la que la escuela es gratuita y del estado. No estamos preparados para la avalancha de nuevos ingresos que representaría una presencia sólida y efectiva en redes sociales.

6. ¿Cuál es tu parte favorita al momento de dar clases?

Mi parte favorita de mis clases es la primera. Hablamos de nosotros mismos, de qué nos ocurrió en la semana. Es empático y los chicos les encanta. Uno de ellos me dijo: "Usted es mi profe favorita, porque usted es como nosotros, usted nos entiende" Es lindo. Ah! También la parte del final. Siempre les doy un abrazo a cada uno.





Doriana Del Pilar

Doriana actualmente tiene su propia cuenta en Instagram llamada Diario Tropical cuyo target es la planificación creativa, el bullet journal y un poco de lettering.

1. Años de experiencia

1 año y medio

2. ¿Qué tomas en cuenta a la hora de realizar una estrategia para medios digitales?

Mi público meta. Ellos son los importantes en este caso, a ellos quiero satisfacer sin dejar de lado mis objetivos, siempre haciendo lo que me gusta.

3. ¿Qué estrategias utilizas para dar a conocer tu marca personal?

Trabajar contenido basado en mis experiencias personales.

4. ¿Cuáles redes sociales utilizarías para promocionar la Escuela de Música Elila Mena?

Creo que lo más conveniente sería Instagram, InstagramTV, Youtube y Facebook

5. A la hora de producir el "copy" (texto de publicaciones y diseño), ¿qué aspectos tomas en cuenta?

Contar una historia y explicar mi proceso como parte de elemento humano e identificador de mi marca.

6. ¿Cuáles recursos utilizas para realizar estrategias o planes eficientes?

Usualmente realizo encuestas, planificaciones e investigación teórica para realizar la estrategia correctamente.

7. ¿Qué información no debe de faltar al redactar un post?

Es muy subjetivo. En mi caso, no debe faltar la historia detrás de esa publicación.



Julissa Batista

Julissa es una Brand Stylist y Letterer emprendurista que tiene su propio estudio llamado Cosita Linda Estudio, maneja su propio website y redes sociales.

1. Años de experiencia

Cinco años

2. ¿Qué tomas en cuenta a la hora de realizar una estrategia para medios digitales?

El público al que va dirigido. Siempre tomo en cuenta sus necesidades y las aplico a lo que quiero comunicar.

3. ¿Qué estrategias utilizas para dar a conocer tu marca personal?

Trabajar contenido basado en mis experiencias personales y todo lo que sé.

4. ¿Cuáles redes sociales utilizarías para promocionar la Escuela de Música Elila Mena?

Primero que nada y principalmente, una página web oficial, luego me iría a la red social donde está mi público... en este tiempo parece ser que todos están en Instagram.

5. A la hora de producir el "copy" (texto de publicaciones y diseño), ¿qué aspectos tomas en cuenta?

Tener el objetivo claro del mensaje que quiero transmitir. Siempre intentar que se identifiquen con lo que leen y dejar una llamada a la acción (algo que hacer cuando lean el contenido, ir a la página o blog, comentar, etc.), nunca dejarlos en el aire, siempre mantener la conexión.

6. ¿Cuáles recursos utilizas para realizar estrategias o planes eficientes?

Un planner para planificar el contenido, ya sea un planner a mano o digital. Y una

herramienta para automatizar las publicaciones una vez estén listas.

7. ¿Qué información no debe de faltar al redactar un post?

El objetivo de dicho post. Nunca postear por postear. El contenido debe de ser valioso... o va a enseñar algo, a inspirar algo o vender algo. Tener estas cosas claras nos ayudan a crear contenido pensado y con estrategias que se puedan medir y ver qué funciona y qué no en esa publicación.

de comunicación para el Capítulo Elemental de Música Elio Mena
para maestros de aula o maestros en niños dominicanos

CAPÍTULO

04

**Plan de
comunicación**





Ludwig van Beethoven

"La música es la mediadora entre el mundo espiritual y el de los sentidos".

4.1 Análisis de la problemática

A partir de los datos arrojados por la encuesta se detectó la siguiente problemática:

- La mayoría de los encuestados no conocen la Escuela Elemental de Música Elila Mena. Por lo tanto desconocen de la ofertas académicas y los servicios que esta ofrece.

- Los que la conocen regularmente escucharon de ella a través de amigos o familiares.

- La mayor parte de las personas no conocen las ofertas académicas que esta ofrece.

- Todos los encuestados estuvieron de acuerdo en que la escuela necesita de presencia digital.

- La preferencia de las personas para la obtención de información de la escuela la prefieren a través

de las redes sociales y el internet, específicamente Facebook e Instagram.

- La mayoría de las personas están interesadas en la accesibilidad a través del internet de la Escuela.

En este mismo orden, a través de las entrevistas realizadas se pudo detectar los siguientes problemas:

- El departamento de comunicación consiste de pocas personas laborando en el mismo para las estrategias del sistema de escuelas de Bellas Artes.

- El departamento no posee diseñadores.

- Los comunicadores no tienen ninguna estrategia para redes sociales, medios digitales, medios exteriores, de ningún tipo. Sólo producen algunos afiches cuando es una actividad de alta categoría.

4.2 Brief

Descripción del proyecto: Un plan de comunicación con el propósito de fomentar la cultura musical en los niños dominicanos.

Reto: Poder dar a conocer las ofertas gratuitas que ofrece la Escuela Elemental de Música Elila Mena.

Objetivo de negocio: Conseguir que más niños se inscriban en la escuela y aprovechar las clases que ofrece fomentando la cultura musical de los niños dominicanos.

Objetivo de la marca: El propósito de la Escuela Elemental de Música Elila Mena es convertirse en la escuela de con más prestigio en el país, ser la opción número uno en la mente del consumidor y convertirse en una institución que trascienda.

Objetivos de comunicación: La forma positiva en la cual la música influye la vida de los niños con poder y autoridad.

¿A quién le estamos hablando? Está dirigido principalmente a los niños dominicanos de bajos recursos, por consiguiente a los padres y/o tutores de estos niños y a todo dominicano que alguna vez quiso soñar con ser músico y se siente con la responsabilidad de sacar a los niños de la calle y hacerlos felices.

¿Qué queremos decirle al consumidor? La música tiene poder.

Personalidad de marca: La marca no tiene posición alguna en el mercado, no es conocida por muchas personas sino por un grupo muy pequeño, por lo tanto, esta estrategia requiere de un posicionamiento de la marca.

Estilo y tono: Estilo clásico-moderno, minimalista y trascendente.

Beneficios: El consumidor podrá disfrutar de clases de primera por los mejores profesionales en el área de música del país.

Mandatorio: La campaña será efectuada durante cuatro meses.

4.3 Presupuesto

Ítem	Monto
Diseñador gráfico	RD\$110,000
Publicista	RD\$80,000
Copy	RD\$70,000
Impresión	RD\$75,000
Diseñador web	RD\$95,000
Diseñador UX/UI	RD\$105,000
Social Media Strategist	RD\$95,000
Community Manager	RD\$75,000
Total	705,000





4.4 Estrategia de Medios

Las estrategias que se utilizarán para el plan de comunicación son del siguiente tipo:

- Estrategia de generación de valor al consumidor o Inbound Marketing (Content Marketing): Se basa en ofrecer materiales de apoyo o contenidos que puedan ser útiles y relevantes para el consumidor final. El proceso de decisión de compra tiene 3 etapas principales: reconocimiento, consideración y decisión. En la primera, el cliente apenas nota que tiene un problema o necesidad que requiere solución, y al realizar una búsqueda, logra nombrar a ese problema. En la segunda, comienza a considerar posibles soluciones a su problema. Y en la tercera, evalúa diversos proveedores con base a la solución que eligió para

resolver su problema. La idea es generar contenido que ayude a la decisión de adquirir los servicios de la escuela.

En este caso se utilizará el sitio web y las redes sociales para ofrecer contenido valioso al consumidor y al posible consumidor, de esta forma las personas tienden a crear interés en la escuela y pueden llegar a inscribir a sus hijos. También funciona como aporte a la comunidad de personas que quieren aprender o están aprendiendo alguna de las disciplinas que ofrece la escuela.

- Estrategias de publicidad online: Es el método más sencillo y menos costoso y requiere menor esfuerzo y trabajo. Funciona para atraer un público más segmentado y decidido, usualmente las personas que dan click a estos anuncios ya tienen la decisión de adquirir ese servicio.

Con respecto a este plan de comunicación, se utilizarán las redes sociales más eficientes para este caso, buscando dirigir el tráfico a la página web para así incentivar a los padres a ser parte de la escuela y de lo que ofrece. Se crearán publicaciones para las respectivas redes y se promocionarán eligiendo el público objetivo ya delimitado anteriormente.



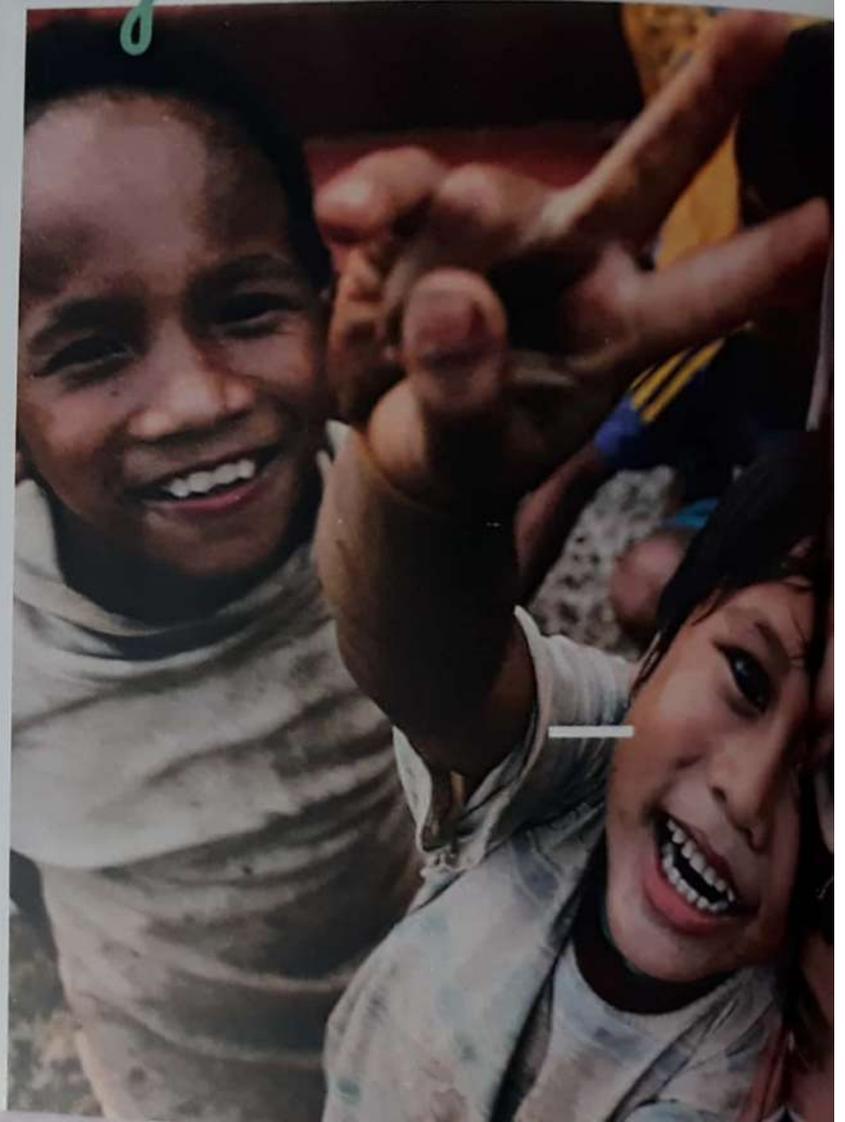
4.4.1 Sitio Web

Diseñar un sitio web accesible en el cual estén todas las informaciones de la escuela, ofertas académicas, horarios, etc. Colocar un espacio para poner recursos y asignaciones dónde los estudiantes van a poder iniciar sesión a través de un usuario.

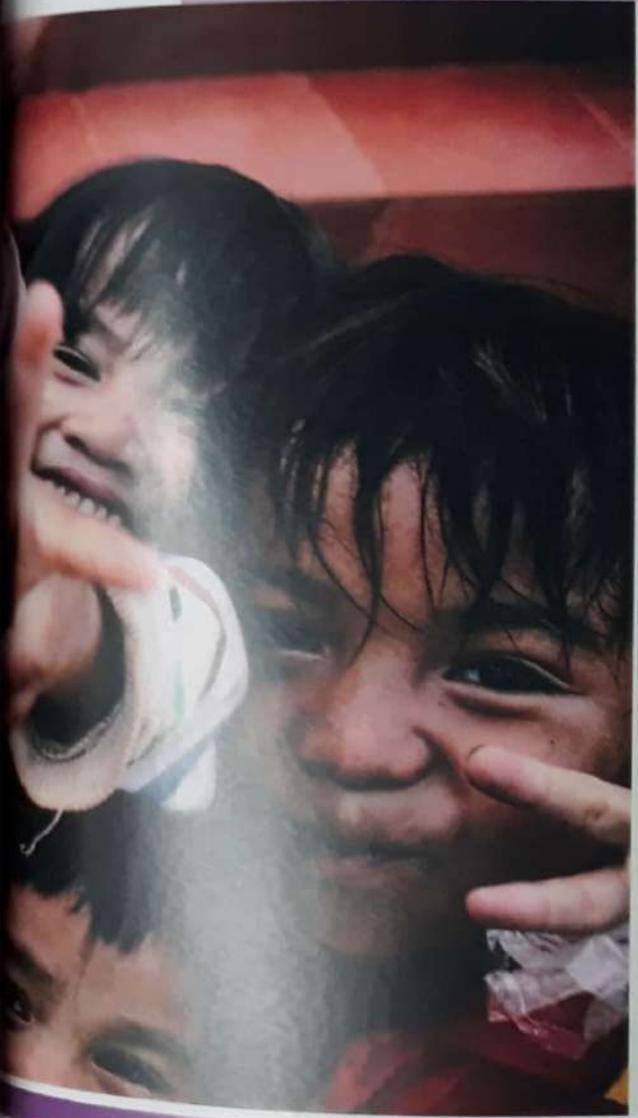
Tener la sección del blog en dónde habrán noticias de la institución, historias del alumnado, tips de música y contenido relacionado con el propósito de la institución.



SOY MÚSICA★
= soy como tú



EM
Ella Mena



Q

Página de Inicio

- 01
- 02
- 03
- 04



SOY MÚSICA*
= soy como tú



VIEW PROFILE

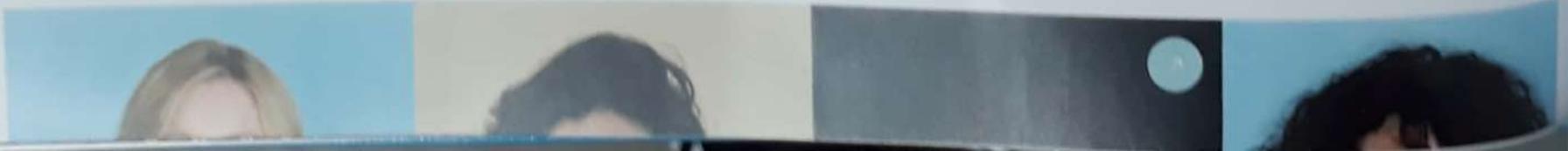


NINOS

MAESTROS

TOUR

ALUMNOS





VER MÁS

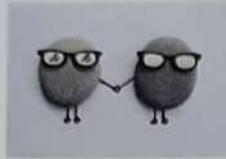
¡Lo último!

¡Lo último!



5 Razones para Mejorar la Colocación

29 DE AGOSTO, 2018



Benjamin Franklin, el Método de la organización

28 DE AGOSTO, 2018



29 Citas Motivacionales para el Empleo Efectivo de Notas Largas

29 DE AGOSTO, 2018



TENDENCIA

Busca inspiración de nuestros mejores niños



Dream Interpretation Common Symbols And Their Meanings

8 March, 2020



Motivation And Your Personal Vision An Unbeatable Force

8 March, 2020

29 DE AGOSTO, 2018

28 DE AGOSTO, 2018

de notas largas

29 DE AGOSTO, 2018

TENDENCIA



Busca inspiración de nuestros mejores niños



Dream Interpretation Common Symbols And Their Meanings

8 March, 2020



Motivation And Your Personal Vision An Unbeatable Force

8 March, 2020

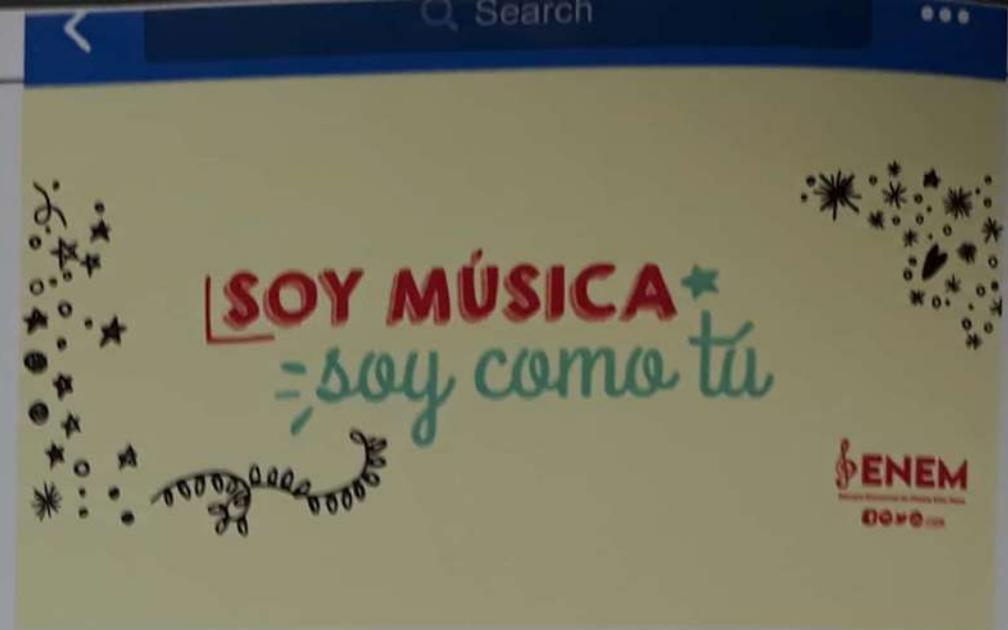


4.4.2 Redes sociales

4.4.2.1 Facebook

Cambiar en su totalidad la imagen de la página de Facebook de la escuela y diseñar una nueva que vaya con la misma línea gráfica de los demás sitios.

Crear interacción con los fans de la página y enviar contenido a través de la mensajería instantánea y automática que Facebook Negocios ofrece.



Page Name ✓

@PageName

Send Message



Like



Follow



Share



Save

Local Business • USA

Home

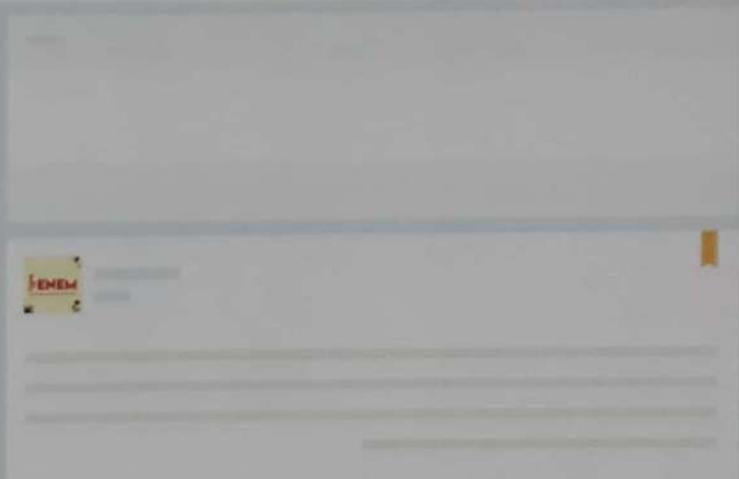
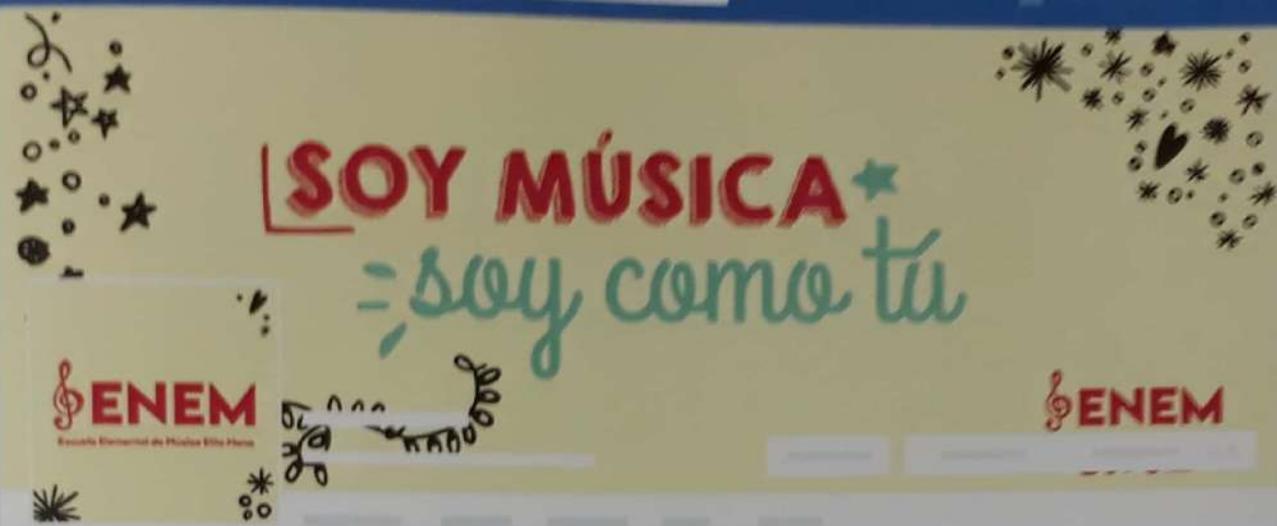
Posts

Photos

Videos

Info

Photos



Creemos en la música como **poder**.

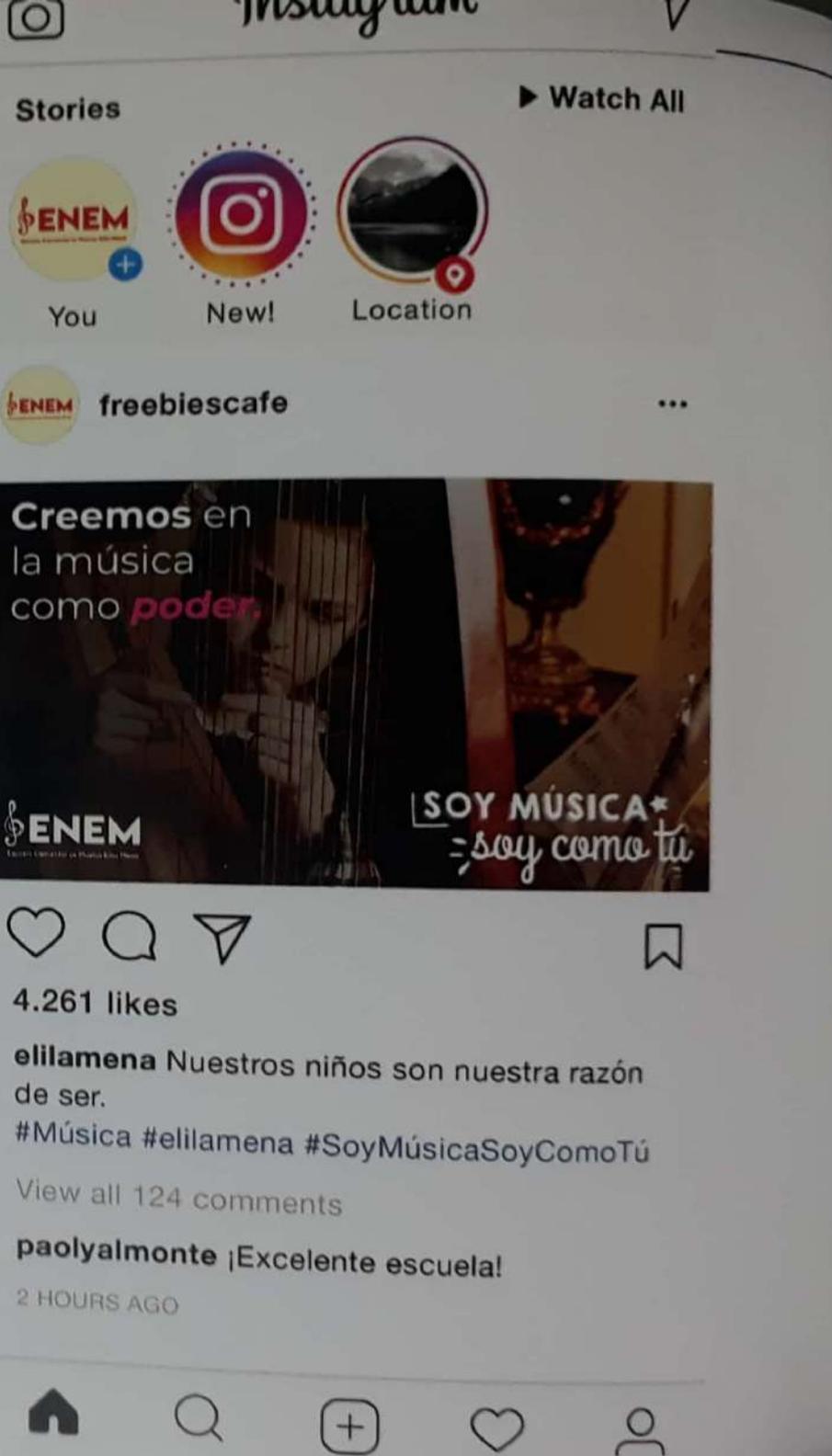
ENEM

SOY MÚSICA* soy como tú

4.4.2.2 Instagram

Crear cuenta para dicha red social. Postear mínimo un post por día en el cual se muestre el día a día de los estudiantes de la institución, las clases que toman, sus historias y sus sueños.

Mostrar toda la parte humana de la institución motivando así a los padres a inscribir a sus hijos en un ambiente armonioso y educacional digno de sus hijos.





elilamena

Follow

650 posts 15K followers 957 following

Página oficial de la Escuela Elemental de Música Elila Mena

"Soy música, soy como tú". Visítanos en enem.com



“*Insgragram se ha convertido en la imagen de una marca, toda marca que desee ser exitosa debe tener una presencia sólida en esta red social*”.

UNIVERSIDAD APEC
BIBLIOTECA



LA MEJOR OPCIÓN
PARA TUS HIJOS

SOY MÚSICA*
soy como tú

Visita
nuestro
nuevo sitio
web
www.enem.com



ENEM elilamena

Follow

elilamena La Escuela Elemental de Música Elila Mena tiene tus puertas bien abiertas para ti. No te pierdas de nuestras increíbles ofertas académicas totalmente gratis.

Porque todos somos música.
#soymúsicasoycomotú #escuela #cultura #música



141,149 likes

JULY 10, 2017

Add a comment...



4.4.2.3 Twitter

Esta cuenta servirá para compartir las últimas noticias de la música dominicana y de la escuela, manteniendo así a los padres más informados de lo que sucede con sus hijos.

También se harán sesiones de preguntas todos los miércoles con la directora de la escuela, ayudando así a la humanización de la escuela como entidad para los niños.



Escuela
de Música
Mena

@EllaMena

Somos una escuela
que trabaja para
quieren con
realidad.

🔗

📅

👤



Escuela Elemental de Música Ella Mena

@ellamena

¡Tenemos nuevo sitio web! Visítanos.
@ellamena #website #escuelademúsica



Escuela Elemental de Música Ella Mena - Sitio Web

"Soy música, soy como tú"

20 Jul 2018

2,592 retweets 2,852 likes

Reply Retweet Like

Thank you reply

Free Twitter Mockup 2017 - FreshersCafe

A cool Twitter mockup with the new 2017 design. Created by Alex
Inclusively by FreshersCafe 2017

ENEM

Escuela Elemental de Música Ella Mena



Following

Who to follow

Followed by Glam Ink and others



WPCrumba @WPCrumba

Follow

Followed by Glam Ink and others



Glam Ink @TheGlamInk

Follow

Followed by Glam Ink and others



Freshers Cafe @freshers...

Follow

Who to follow on X

Trends

Freebies

Freebies

Freebies

Freebies



Escuela Elemental de Música

Elila Mena 

@ElilaMena

Este miércoles nuestros alumnos tuvieron una presentación en el Teatro Nacional.
[#SoyMúsicaSoyComoTú](#)



5:11 PM · 04 Feb 17

500 RETWEETS 5,170 LIKES

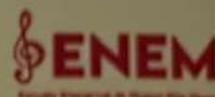


“*Twitter se basa en la posibilidad de llegar a un número extremadamente grande de clientes a través de mensajes reenviados*”.

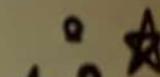
4.4.2.4 YouTube

En el canal de YouTube se posteará semanal. Cada viernes. Compartiendo así la experiencia de la escuela, algunas clases grabadas, diarios de vídeos por profesores y estudiantes y algunos tours por las diferentes áreas de la escuela.

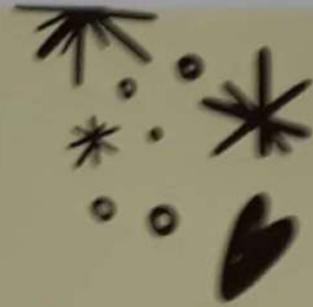
Vídeos de presentaciones, audiciones, graduaciones y todo tipo de actividad que sea efectuada en la escuela.



ENEM



SOY MÚSICA*
soy como tú



ENEM
2020



[Faded text area containing several lines of illegible text, possibly a list or article content.]

- [Red square] [Faded text]





Illegible text in a list format, possibly a table of contents or index, with horizontal lines next to each entry.

4.4.3 Exteriores

4.4.3.1 Mini valla

Se aplicará la mini valla como medio convencional para mayor alcance de las personas y buscar alcanzar a más niños de bajos recursos que tienden a andar en las calles.

Esta será aplicada en paradas de autobús de diferentes puntos del país en donde se unen distintas clases sociales, con el propósito de alcanzar a más personas.





Educamos
niños para
el futuro.

SOY MÚSICA*
= soy como tú

 ENEM

www.enem.com.ar

“No se trata de pensar en la empresa en primera instancia, sino, del cliente”.

4.5 Estrategia Creativa

4.5.1 Proceso creativo

Al momento de comenzar la idea de los gráficos y frases, se escribió una historia que basaría el enfoque de todos los gráficos del plan de comunicación. El tronco, el núcleo de todo, proviene de la historia de un niño que tiene sueños que no sabía que tenía hasta que experimentó nuevas sensaciones que le provocó la música.

Storytelling

Lucas es un niño de 8 años proveniente de una familia de bajos recursos, sus padres trabajan fuertemente para que nunca le falte nada, pero de igual forma, Lucas sabe que su familia es pobre y que no hay mucho que pueda hacer, su sueño es estudiar con empeño para poder sacar a su familia de la pobreza.

Un día, mientras Lucas iba caminando hacia el colmado por un mandado de su madre, pasa por el parque y escucha un sonido distintivo a lo lejos, por pura curiosidad, él decide acercarse. Al llegar allí, ve a un señor tocando un instrumento que él nunca había visto, "violín", pronunciaron sus labios cuando se dio cuenta de lo que veía. Suspiró y siguió su camino para terminar los mandados de su madre. Al día siguiente, a la misma hora, Lucas decide ir otra vez al mismo lugar, atraído por la música, llegó justo al punto que quería llegar pero esta vez, a diferencia del día de ayer, él decide sentarse a escuchar. Ya esta se había convertido en la rutina de Lucas por los últimos dos meses, así que el señor decidió acercarse al niño, ya que había notado que el niño iba todos los días a verlo tocar.

-¿Cómo te llamas?- pregunta el señor directamente al niño.

-Lucas- dice el niño avergonzado.

-¿Te gusta la música?- el niño con ojos risueños y sonrisa radiante responde que sí. El señor pudo notar la felicidad e interés en los ojos del niño, así que decide acogerlo y adentrarse a su mundo, lo lleva a conciertos, presentaciones, le enseña la banda con la cual este señor toca hasta que finalmente, un día, él decide darle la oportunidad de dejarle vivir esa experiencia por sí mismo y lo lleva al lugar donde él mismo comenzó, la

Escuela Elemental de Música Elila Mena.

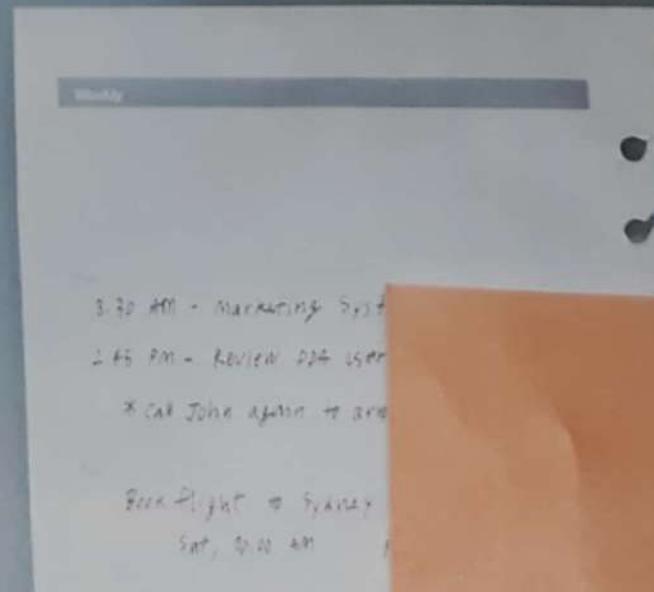
Los padres del niño no querían permitir que él se inscriba diciéndole al señor en privado que no tienen dinero para costear el instrumento ni el transporte diario del niño a la escuela, el señor les dice que no se preocupen, que Lucas es un niño especial y que él se encargará de todo. Lucas comenzó sus clases y resultó ser el primero en todas sus asignaturas, tenía muchos amigos, había encontrado su lugar indicado para estar.

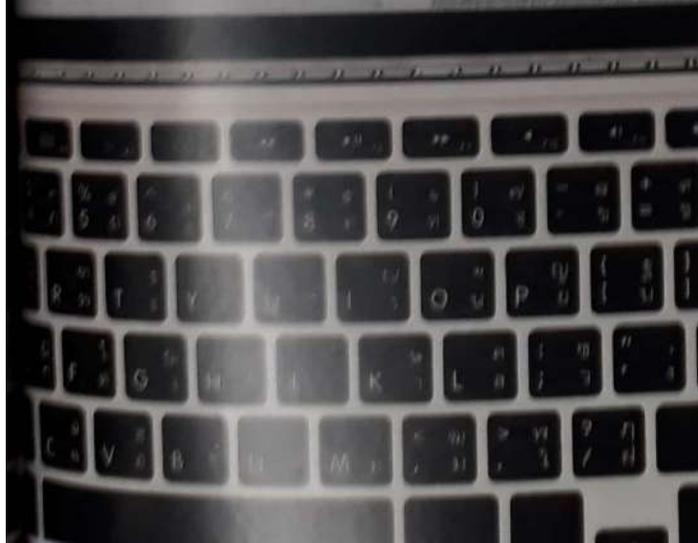
En la graduación anual él pudo tocar frente a un gran público, y sus padres estaban tan orgullosos de él que no pudieron aguantar más las lágrimas. Su hijo estaba feliz. Él había encontrado su pasión. Había encontrado su identidad. Había encontrado quién realmente es.



4.5.2 Selección del concepto

La selección del concepto final de la estrategia se determinó a través de un storytelling, basando el concepto en algo tan firme como un tronco que permitiera el desarrollo de las piezas artísticas y el copy.





4.6 Imagen corporativa

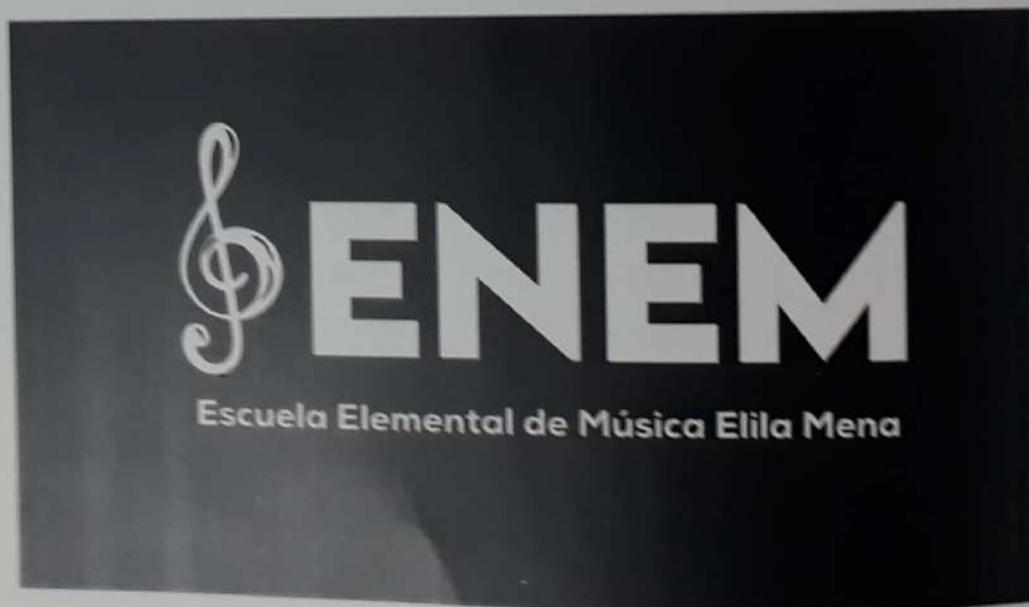
Se realizó la propuesta de un logo tipográfico para la institución, cubriendo las necesidades de un logo funcional para ellos.

La nueva propuesta fue pensada en blanco y negro pero también versátil para la aplicación de cualquier color deseado, facilitando así que el logo puede llegar a ser más llamativo y divertido para los niños.

4.6.1 Logotipo



Escuela Elemental de Música Elila Mena

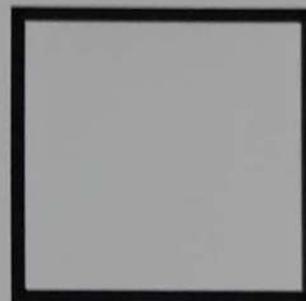


4.6.2 Colores

Colores principales de la marca

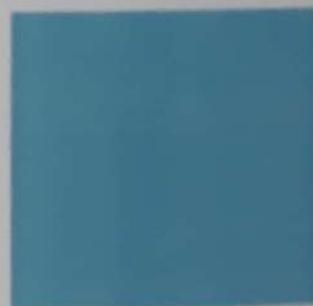


#1e2026



#ffffff

Colores secundarios de la marca



#75cfe6



#ef5697

4.6.3 Tipografía

Tipografías utilizadas

LEMON/MILK BOLD

A B C D E F G H I J K L M N Ñ
O P Q R S T U V W X Y Z

Poppins bold

a b c d e f g h i j k l m n ñ
o p q r s t u v w x y z

4.7 Presentación de las piezas publicitarias

Educamos
niños para
el futuro.

SOY MÚSICA*
= soy como tú

 ENEM
Escuela Elemental de Música, Erit, More
    /ENEM



Educamos niños
soñadores.

SOY MÚSICA ★
= soy como tú

 ENEM

Escuela Elemental de Música Eillo Mena



Creemos en
la música
como **poder.**

SOY MÚSICA*
= soy como tú

 ENEM

Escuela Elemental de Música Elia Ponce



Creemos en
mentes
brillantes.

SOY MÚSICA*
= soy como tú

 ENEM

Escuela Elemental de Música Eilia Mena

    /ENEM



4.7.1.1 Logo



4.7.1.2 Slogan

SOY MÚSICA*
= soy como tú

SOY MÚSICA*
= soy como tú

SOY MÚSICA*
= soy como tú

4.7.1.3 Imagen

Los niños



Las redes sociales han trascendido un largo camino en los últimos años, se han convertido en el primer lugar de búsqueda de información de marcas, negocios, instituciones y demás. Debido al alto crecimiento de las redes sociales, y lo importante que se han convertido para el crecimiento y avance de un negocio, he decidido emprender una investigación sobre este fenómeno y propuesto una guía de lineamientos estratégicos y gráficos para la Escuela Elemental de Música Elila Mena.

En la actualidad no está en existencia un plan de comunicación efectivo para el desarrollo de la imagen de la escuela en medios digitales, por lo cual, midiendo la importancia que tiene el que una institución con grandes oportunidades como esta tenga un plan efectivo, he tomado la decisión de delimitar la estrategia de medios que ellos deben de utilizar.

Una buena comunicación externa en los medios digitales para una empresa en este tiempo, es como el núcleo de su éxito, en especial para una escuela con ofertas increíbles como lo es esta.

En este proyecto de investigación se buscó marcar un precedente en la implementación adecuada de un plan de comunicación efectivo, de esta forma, servirá de beneficio no sólo para la institución, sino para aquellos niños de bajos recursos que tienen

sueños que ahora parecen muy lejanos a ser cumplidos pero que pueden llegar a ser posibles a través de esta maravillosa escuela y sus ofertas.

En todo el proceso de investigación, al entrevistar docentes y estudiantes, encuestar a personas, viendo la reacción de aquellos adultos que trabajan por los niños al contarles sobre esta maravillosa idea y una ardua investigación teórica, hemos concluido con los objetivos iniciales de esta tesis que, me atrevo a decir, se resumen en una sola frase u oración:

“Dar a conocer la oportunidad de que los sueños de los niños se hagan una realidad”.

Dentro de las encuestas se deben resaltar algunos resultados:

El **80.5%** de las personas encuestadas no conocen la institución, la causa de esta consecuencia es la ausencia de una estrategia comunicacional para la escuela. Muchas personas ni siquiera tenían el conocimiento que la institución es totalmente gratuita, muchos pasan frente al edificio pero al no ver nada llamativo, no se acercan.

El **100%** de los encuestados acordaron que la escuela necesita una presencia sólida en los medios digitales y una plataforma web que les ayude a las personas a conseguir toda la información referente a la institución.

Finalmente, el **97.4** de las personas entrevistadas piensan que la escuela debe de ser más conocida por las personas, pues puede ser beneficiosa para la comunidad dominicana.

RECOMENDACIONES

Para la implementación de este Plan de Comunicación, se debe de tomar en cuenta que el centro siempre deben ser los niños, no la institución. Debe de levantarse en alto que el propósito es la enseñanza, brindar una nueva oportunidad.

•Se recomienda que las redes sociales sean manejadas por profesionales del área en todo momento, trabajar en conjunto con ellos y aplicar los objetivos necesarios para que sea una comunidad en la cual todos sean beneficiados.

•Se recomienda planificar cada detalle con respecto a la aplicación de la línea gráfica para que todo se mantenga de forma constante y mantenga la coherencia que necesita el contenido visual de las imágenes, vídeos y los textos siempre tengan un concepto basado en los objetivos preestablecidos.

•Se recomienda establecer estrategias para promover las ofertas académicas en todo momento, mientras más niños puedan estudiar en la escuela, más reconocida se vuelve la institución y el prestigio aumenta.

•Tener siempre en cuenta el mantener el sitio web actualizado, en el blog siempre postear todas las informaciones referentes a la institución para que los padres e interesados se mantengan informados y puedan apreciar el crecimiento de sus hijos.

•Siempre ser coherente en los aspectos técnicos de los diseños y del texto a escribirse.

Crear contenidos que conecten con los usuarios tanto para redes como para el blog, ayudando así a mantener una constante comunicación entre los usuarios.

- Aplicar más estrategias de comunicación innovadoras como el BTL o guerrilla.

- Utilizar la promoción directa como estrategia de mantenimiento, esto incluye POP, volantes, brochure, entre otros elementos gráficos físicos para las personas que busquen información en el lugar de manera física.

BIBLIOGRAFÍA

Censo2010.one.gob.do. (2018). [online] Available at: http://censo2010.one.gob.do/resultados/Resumen_resultados_generales_censo_2010.pdf [Accessed 24 Jul. 2018].

clásica, s. (2018). Significado de Música clásica. [online] Significados. Available at: <https://www.significados.com/musica-clasica/> [Accessed 24 Jul. 2018].

Es.wikipedia.org. (2018). Música clásica. [online] Available at: https://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%Basica_cl%C3%A1sica [Accessed 24 Jul. 2018].

ES?, &. (2018). ¿QUÉ ES?. [online] Musicamk2017.blogspot.com. Available at: <http://musicamk2017.blogspot.com/p/que-es.html> [Accessed 24 Jul. 2018].

nosotros, S. (2018). Ministerio de Cultura - Dependencias. [online] Cultura.gob.do. Available at: <http://cultura.gob.do/index.php/sobre-nosotros/dependencias> [Accessed 24 Jul. 2018].

Soriano, M. (2018). La música clásica en el contexto dominicano - El Caribe. [online] El Caribe. Available at: <http://www.elcaribe.com.do/2016/07/07/musica-clasica-contexto-dominicano/> [Accessed 24 Jul. 2018].

Franco, Y (2014) Tesis de Investigación. Población y Muestra. Tamayo y Tamayo. [Blog Internet]

2018, B. and Confucio., P. (2018). La música y su concepción filosófica. [online] UDEP Hoy | Universidad de Piura. Available at: <http://udep.edu.pe/hoy/2012/la-musica-y-su-concepcion-filosofica/> [Accessed 24 Jul. 2018].

clásica, S. (2018). Significado de Música clásica. [online] Significados. Available at: <https://www.significados.com/musica-clasica/> [Accessed 24 Jul. 2018].

Concepto.de. (2018). ¿Qué es Red Social? - Concepto, Definición y Características. [online] Available at: <https://concepto.de/redes-sociales/#ixzz5LRSbY26i> [Accessed 24 Jul. 2018].

Educando.edu.do. (2018). Escuela Elemental de Música Elila Mena. [online] Available at: <http://www.educando.edu.do/articulos/generico/escuela-elemental-de-msica-elila-mena/> [Accessed 24 Jul. 2018].

Gupta, k. (2018). Playfully process book 2018. [online] Issuu. Available at: https://issuu.com/krishnapriya1/docs/playfully_process_book_2018_pages_i [Accessed 24 Jul. 2018].

Hsia, Y. (2018). MFA Thesis: IdleTime Process Book. [online] Issuu. Available at: https://issuu.com/yi-hanhsia/docs/idletime_issuu [Accessed 24 Jul. 2018].

Maynez, N. (2018). 3 Estrategias de marketing digital para aumentar las ventas por internet. [online] Blog. adext.com. Available at: <https://blog.adext.com/es/estrategias-de-marketing-digital-aumentar-ventas-internet> [Accessed 24 Jul. 2018].

Maynez, N. (2018). 3 Estrategias de marketing digital para aumentar las ventas por internet. [online] Blog. adext.com. Available at: <https://blog.adext.com/es/estrategias-de-marketing-digital-aumentar-ventas-internet> [Accessed 24 Jul. 2018].

Rea, R. (2018). Plan de comunicaciòn y estrategia digital huggies sustentado. [online] Issuu. Available at: https://issuu.com/rosmarialva/docs/plan_de_com._y_estrategia_digital_- [Accessed 24 Jul. 2018].

Tansem, W. (n.d.). The legend of the mighty peace. Wanham, Alta.: Idletime Enterprises.

Echeverría, D.S. (2007). Estrategia empresarial: cómo implementar la estrategia en la empresa. España: Ediciones Díaz de Santos.

Acaso, M. (2007). El lenguaje Visual. España: Paidós Estética.

ANEXOS

ENTREVISTAS

Modelo de pregunta para docentes.

1. ¿Cuánto tiempo tienes laborando en la escuela?
2. ¿Por qué laboras en la escuela?
3. ¿Cuál es tu mayor inspiración como maestra?
4. ¿Qué crees debe mejorar de la escuela?
5. ¿Ves factible una plataforma en línea en donde los estudiantes puedan revisar y acceder a sus asignaciones?
6. ¿Crees que la institución necesita presencia en medios digitales, por qué?
7. ¿Cuál es tu parte favorita al momento de dar clases?
8. ¿Por qué ves necesario que la institución tenga una nueva estrategia de medios?

Encuesta para interesados/no estudiantes en la Escuela Elemental de Música Elila Mena

¿Conoces la Escuela Elemental de Música Elila Mena?

Sí

No

En caso de conocerla, ¿Cómo escuchaste de ella?

Amigos

Periódico

Revista

Internet

Redes sociales

Otro

¿Conoces todas las ofertas académicas del centro?

Sí

No

En caso de conocerlas, ¿cómo obtuviste información

al respecto?

Periódico

Redes sociales

Amigos

Familiares

Otro

¿Crees que es necesaria la presencia de la escuela en los diferentes medios digitales?

Sí

No

¿Cómo prefieres la obtención de información sobre el centro? (Puedes seleccionar más de una)

Internet

Sitio web

Facebook

Instagram

Twitter

Google+

LinkedIn

YouTube

Pinterest

¿Prefieres que el pensum académico esté disponible en línea?

Sí

No

¿Crees que más personas necesitan conocer sobre la Escuela Elemental de Música Elilla Mena?

Sí

No

Encuesta para determinar el consumo de música clásica de dominicanos. (Mínimo dos personas por provincia)

¿Cuántos años tienes?

15-20

21-25

26-35

36-40

41-49

¿De qué provincia eres?

PONER RESPUESTA

Sexo:

En caso de tu respuesta ser no, ¿por qué?

PONER RESPUESTA

¿Escuchas música clásica?

Sí

No

En caso de escuchar música clásica, ¿Cada cuánto escuchas música clásica?

Muy poco

Poco

Regular

Casi siempre

Siempre

En caso de escuchar música clásica, ¿Quién es tu artista clásico favorito?

PONER RESPUESTA

En caso de escuchar música clásica, ¿Qué plataforma utilizas para escucharla?

Spotify

YouTube

Amazon Music

Deezer

Google Play Music

Otro

¿Crees que es importante escuchar música clásica?

Sí

No

¿Por qué?

ANTEPROYECTO



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

Decanato de Artes y Comunicación

Tema:

Plan de comunicación para la Escuela Elemental de Música Elila Mena para motivar la cultura musical en niños dominicanos, Santo Domingo, Rep. Dom. , 2018

Sustentante:

Winy Paoly Almonte Heredia (20132255)

Anteproyecto de Trabajo de Grado para el decanato, cuatrimestre Enero-Abril 2018.

Santo Domingo, D.N.

Viernes 13 de Abril del 2018

Índice

Índice	2
Introducción	4
Justificación	5
Delimitación del Tema y Planteamiento de los problemas de la investigación	7
Objetivos Generales y Específicos	9
Marco Teórico Referencial	10
Hipótesis	14
Diseño metodológico: Metodología y técnicas de la investigación cuantitativa y/o cualitativa	16
Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Investigación	19
Cuestionario para docentes y alumnos de la Escuela Elemental de Música Elila Mena (Mayo-Agosto 2018)	20
Fuentes de Documentación	22
Esquema preliminar del contenido del Trabajo de Grado	23
Bibliografía	25

Introducción

La mayoría de los niños soñadores, les nace una inquietud artística en su interior que no saben cómo calmar, rayan las paredes, bailan al son de todo sonido que escuchan, usan la ropa de sus padres y su imaginación se extiende a un sin número de posibilidades de poder hacer esa inquietud cesar. Muchos de esos niños crecen y se convierten en adultos, y esa llama que una vez nació dentro de ellos, nunca tuvo la oportunidad de crecer.

Por esos niños que sueñan y que aún tienen la oportunidad de explotar esas habilidades artísticas desde dentro de ellos hacia afuera en el mundo, por esos niños que dada sus circunstancias de vivencia tienen pocas oportunidades de concretar el desarrollo de estas aptitudes y por aquellos niños que simplemente esperan una segunda oportunidad, este es el objetivo humano de esta investigación; los niños.

La Escuela Elemental de Música Elila Mena es una de esas escuelas que ayuda a los niños soñadores dominicanos a cumplir sus propósitos y a desarrollar sus habilidades, este es el motivo por el cual la investigación se propone causar un efecto positivo en la sociedad, pues se abrirán puertas para esos niños que necesitan seguir concentrando sus aptitudes como contribución a la comunidad y, sobre todo, a ellos mismos.

La música causa impresiones distintas en el ser humano, por lo tanto, debe de utilizarse como un método de salvación humana y espiritual.

Justificación

La Escuela Elemental de Música Elila Mena, nace por la necesidad de un centro de educación musical básica que requerían los futuros alumnos del Conservatorio de Música antes de entrar. La escuela pertenece al Sistema Nacional de Escuelas de Bellas Artes que representan, en materia de educación artística, al Ministerio de Cultura.

Esta Escuela Elemental, es una institución oficial cuyo principal soporte económico es el Estado, y como su nombre lo indica se encarga de preparar en el nivel básico a niños/as que pasarán al Conservatorio Nacional de Música. Al depender del sistema escolar de Bellas Artes, provienen del mismo departamento de Prensa y Comunicación del mismo, que posee una directora de prensa y una relacionista pública.

A través de este estudio se pretende llegar al fondo de la problemática comunicacional en los medios digitales que sostiene la escuela, lo cual impide que las personas conozcan de su existencia, que sepan los servicios y cursos que ofrecen, y las facilidades que proveen a los niños con interés musical.

En esta época llena de Millennials, Generación X y Baby Boomers, los medios digitales (plataformas web y redes sociales) son una fuente necesaria de información, por lo tanto, una institución educacional magna como lo es la Escuela Elemental de Música Elila Mena necesita presencia en las tan mencionadas plataformas digitales con el propósito de, no sólo dar a conocer sus servicios, sino de hacer un llamado de cultura musical a los niños del país.

Teórica

El plan de comunicación, que incluye material gráfico, se sustentará a través de encuestas, entrevistas y formularios a alumnos y docentes. Levantamiento en el departamento de Prensa y Comunicación, recolección de artículos de periódico y reunir información partiendo de la base de datos de la escuela.

Metodológica

Se utilizarán métodos de investigación personal "face to face", encuestas para los alumnos, entrevistas y cuestionarios para el personal docente de la institución. Se establecerán cuestionarios en línea para personas que tengan conocimiento sobre la institución o que hayan escuchado al respecto.

Práctica

Realizar un plan de comunicación con el propósito de concientizar la cultura musical en los niños dominicanos, utilizando como institución guía a la Escuela Elemental de Música Elila Mena. Esto beneficiaría a la institución, al Palacio de Bellas Artes y a la población. Ya que si las personas pueden tener información sobre sus ofertas académicas, servicios y actividades, ayudaría a la atracción de más personas a ser parte de esta experiencia, aportaría a la asistencias de las actividades del Palacio de Bellas Artes y despertará la apreciación musical en los adultos, jóvenes y niños dominicanos.

Beneficios del plan de comunicación de forma detallada:

Aumentar conocimiento sobre los servicios ofrecidos en la escuela.

Apreciación cultural musical.

Ayudaría a apartar a muchos jóvenes de las drogas, crímenes, entre otros problemas sociales dominicanos.

Acceso a las redes sociales y sitio web de la escuela.
Interacción en línea con los docentes y empleados.
Evitar presencia en la institución para obtener información.

Aumentará la cantidad de alumnos e interesados.
Genera un ambiente de fidelidad entre el "cliente" y

el "vendedor".

Obtener conocimiento musical.

Mayor creatividad, mejores resultados.

Coherencia, gestión del tiempo y recursos.

Motivación.

Aumentar la visibilidad de la marca.

Delimitación del Tema y Planteamiento de los problemas de la investigación

Delimitación del Tema

El tópico a desarrollar en la investigación es realizar un Plan de comunicación para la Escuela Elila Mena para motivar la cultura musical en niños dominicanos, Santo Domingo, Rep. Dom., 2018.

El plan de comunicación se enfocará en algunos medios digitales, que son:

Sitios web

Redes sociales

Blog

Problema de la Investigación

La Escuela Elemental de Música Elila Mena, dependiente del Sistema Nacional de Escuelas de Bellas Artes, tiene servicios escolares para niños de entre 6-12 años, dichas ofertas académicas no están al alcance la población dominicana, en el sentido de que, las personas no tienen conocimiento al respecto.

La falta de publicidad a la institución ha causado que el Ministerio de Cultura no invierta de forma merecida en las edificaciones de la escuela, sin embargo, aunque es un número limitado de personas las que logran enterarse de las ofertas académicas que la Escuela de Música ofrece, las mismas se sienten felices por la educación que sus hijos obtienen allí.

Planteamiento del Problema

Dado que el problema principal tiene que ver con el aspecto comunicativo, se ha decidido estructurar una estrategia de negocios, marca y mercadeo digital que ayudará con la expansión de las ofertas y servicios de la escuela.

En la Escuela Elemental de Música Elila Mena se imparten lecciones de los siguientes instrumentos: Violín, Viola, Violoncello, Flauta Traversa, Oboe, Clarinete, Piano, Percusión, Guitarra Clásica, Trompeta. Acompañado de las asignaturas: Lenguaje Musical, Entrenamiento rítmico-auditivo, Teoría Musical, Apreciación Musical, Coro, Ensamblés. En la República Dominicana hay un alto porcentaje de personas con inclinación artística y de bajos recursos, es de suma importancia que estos niños y jóvenes conozcan sobre estas ofertas académicas totalmente gratuitas para su desarrollo cultural musical. Lamentablemente la Escuela Elemental de Música Elila Mena no posee

presencia viable en ningún medio digital que pueda funcionar para el acceso a la información que estos niños necesitan para el desarrollo de su talento. Por lo tanto, se necesita una estrategia de comunicación digital, la cual les podrá ayudar para conseguir un mayor alcance de personas interesadas en todo el país.

Objetivos Generales y Específicos.

Objetivos Generales

Escudriñar el tipo de información relevante que debe ser conocida por la padres dominicanos con niños que poseen inclinación cultural musical.

Objetivos Específicos

Con la información ya recolectada:

Diseñar un plan de comunicación estratégico para medios digitales.

Evocar el lado artístico de los niños con el propósito de que se interesen en las ofertas académicas de la escuela.

Posibilitar la obtención de información referente a la escuela en los medios digitales.

Generar una plataforma virtual para estudiantes y maestros.

Lograr la creación de una forma de comunicación

vía web de los interesados y la institución.

Marco Teórico Referencial.

Teórico:

Con el propósito de profundizar más dentro de la investigación, se ha desarrollado este marco teórico para conocer los diferentes puntos de vista de la investigación, al menos aquellos que se quiere lograr obtener.

Beneficios de la cultura musical en los niños

La música puede acercar a las personas, en los niños tiende a hacer lo mismo, e incluso tiene otros beneficios cruciales para el desarrollo intelectual y social en el niño.

Les ayuda a obtener seguridad social, confianza en sí mismos. Se estimula la alfabetización del niño a través de la música, y ayuda a que se pueda concentrar en los pensamientos de lógica y aquellos que son matemáticos.

"La música es un elemento fundamental en esta primera etapa del sistema educativo. El niño empieza a expresarse de otra manera y es capaz de integrarse activamente en la sociedad, porque la música le ayuda a lograr autonomía en sus actividades habituales, asumir el cuidado de sí mismo y del entorno, y ampliar su mundo de relaciones." (Sin fecha, Guía Infantil. <https://>

www.guiainfantil.com/servicios/musica/beneficios.htm)

Sociedad Nacional de Escuelas de Bellas Artes

"Atraer a la juventud, desde la niñez, a las disciplinas artísticas por las que muestren interés contribuye a la formación de personas talentosas y al desarrollo de la cultura nacional, los titulares de las diferentes disciplinas de las Bellas Artes plantearon la necesidad de motivar el estudio de estas". (Quiroz, 2018, Hoy).

Música clásica en República Dominicana

"Antes, en Semana Santa, y cuando fallecía una persona 'importante', lo que se colocaba era música clásica y aunque esa costumbre ha pasado, la creencia subsiste. También hay un desconocimiento porque la gente no tiene cómo acercarse, y las personas, normalmente, muestran indiferencia hacia lo que no conocen" (Catana Pérez, 2016, El Caribe)

Plan estratégico de comunicación efectivo

Se necesita una propuesta de comunicación basada en datos, acciones y objetivos que también deben de ir de la mano con un plan de marketing que cumpla con los elementos necesarios para la efectividad del mismo.

La comunicadora Gabriela Herrera Martínez recomienda asumir el compromiso de elaborar un

trabajo serio y responsable, basado en la investigación de las necesidades reales, las posibilidades y en particular el contar con la orientación de un personal con los conocimientos profesionales especializados en el desarrollo de un plan estratégico de comunicación.

"Antes de implantar algo en materia de comunicación corporativa, considere seriamente si la empresa está dispuesta a darle el mantenimiento adecuado". (Herrera, 2004)

"La estrategia de comunicación muestra cómo la comunicación eficaz puede:

Ayudar a alcanzar aquellos objetivos globales de la organización.

Participar de manera efectiva con las partes interesadas.

Demostrar y exhibir el éxito de nuestro trabajo.

Asegurar que las personas entiendan lo que hacemos.

Cambiar el comportamiento y las percepciones de los usuarios"

(Rafael Benítez Moreno, Ene 13, 2014. Benitezrafa. <http://www.benitezrafa.es/como-desarrollar-una-estrategia-de-comunicacion-en-8-pasos/>)

Conceptual (Referencial):

Para conocer el contexto en el cual se quiere realizar esta investigación, se ha creado un marco referencial con trabajos de autores en los temas de interés para este. Se pretenden analizar conceptos claves que se mostrarán a lo largo del trabajo de investigación.

Cultura: "Por el grosor del polvo en los libros de una biblioteca pública puede medirse la cultura de un pueblo." (John Steinbeck)

Instrumentos: "El entrenamiento musical es un instrumento más potente que cualquier otro porque el ritmo y la armonía encuentran su camino en los más profundo del alma". (Platón)

Música: "La música es el verdadero lenguaje universal" (Carl Maria von Weber)

Escuela: "Abrid escuelas y se cerrarán cárceles." (Concepción Cardenal)

Plan de comunicación: "No puedes comunicar bien lo que estás haciendo mal. Primero hay que hacer las cosas bien y luego contarlas, no al revés". (Luis Abril)

Redes sociales: "Si el contenido es el rey, la conversación es la reina." (John Munsell)

Social Media: "El Social Media elimina al intermediario, proveyendo a las marcas la oportunidad única de tener una relación directa con sus clientes." (Bryan Weiner)

Creatividad: "La verdadera creatividad surge siempre de la escasez." (Wolfgang Joop)

Marketing: "Las conversaciones entre los miembros de tu nicho ocurren te guste o no. El buen Marketing alienta el tipo de conversación correcta." (Seth Godin)

Diseño: "El buen diseño es obvio. El diseño genial es transparente." (Joe Sparano)

Diseño Gráfico: "Siempre me he agarrado a creer que la práctica de crear diseño gráfico convincente sucede no empleando los principios de la democracia, sino más bien, los de la monarquía." (Thomas Vasquez)

Community Manager: "Obra bien terminada, a su autor alaba." (Creative Commons)

Blog: "El blogging es un arte, como cualquier otro método de autoexpresión. Algunos son mejores que otros". (Hugh MacLeod)

Web: "Dudo que el periódico sea muy diferente dentro de 10 años, pero probablemente tenga más direcciones de páginas web." (Bill Gates)

Internet: "Internet facilita la información adecuada, en el momento adecuado, para el propósito adecuado." (Bill Gates)

Facebook: Facebook nació para dar a la gente el poder de compartir y hacer del mundo un lugar más abierto y conectado. (Mark Zuckerberg)

Twitter: Twitter es un buen sitio para decirle al mundo lo que estás pensando antes de que hayas tenido la oportunidad de pensarlo. (Chris Pirillo)

Hipótesis

Primer grado:

Ya que la Escuela Elemental de Música Elila Mena depende del sistema de comunicación que posee el Palacio de Bellas Artes, significa que prácticamente no tiene cosa alguna.

La escuela no posee un plan de comunicación efectivo, no tiene personal en el área de comunicación del Palacio de Bellas Artes que pudiese crear planes de comunicación masivos para la población del país con interés musical. No tienen presencia en algunas redes sociales, y en las que tienen cuenta activa, la información está desactualizada, por lo tanto, puede no ser verídica.

La escuela tampoco posee material gráfico que pueda ser atractivo para el interesado en obtener información

sobre las ofertas académicas que ofrecen.

Segundo grado:

Al la escuela no poseer una presencia fuerte y activa en las redes sociales y plataformas web, no permite que sus servicios y ofertas académicas sean reconocidas por aquella parte de la población que pudiese estar interesada. Al igual que no se realizan campañas para que esa otra parte de la población con bajo interés, pueda llegar a tener una inclinación hacia los servicios que ofrece la Escuela Elemental de Música Elila Mena.

Variables

Indicadores

Presencia en Redes Sociales y Web

Falta de un equipo de comunicación efectivo

Sin personal capacitado.

Plan de comunicación efectivo

Sin personal capacitado.

Falta de estrategia.

Sin conocimiento sobre su importancia.

Material gráfico

No existen diseñadores en el área.

Falta de director creativo.

Diseño metodológico: Metodología y técnicas de la investigación cuantitativa y/o cualitativa.

Tipos de Estudio

Exploratorio:

Siendo el problema principal la ausencia de la Escuela Elemental Elila Mena en las plataformas digitales, tengo sustento teórico de informaciones requeridas para el desarrollo de la información (de la investigación) en el periódico, diferentes sitios web de información pública, tras entrevistas al personal de la institución y documentos de dominio público.

Descriptivo:

Características demográficas:

La escuela posee alrededor de 412 alumnos.

Proceso de admisión se realiza en enero de cada año.

Los horarios son de 3-6 pm, todos los días de la semana.

La edad de admisión es de 6-7 años, mayor de 7 debe de cumplir con los requisitos de admisión.

Los niños deben de completar un proceso de evaluación.

Sólo se admiten niños.

Después de llegar a cierto nivel de preparación los niños proceden a incorporarse en el Conservatorio Nacional de Música.

La escuela está fuera del alcance de aquellas personas que solicitan información a través de medios digitales.

La situación por la cual un niño con talento innato puede pasar es que no conozca en proceso de admisión de la escuela y pierda su oportunidad de estudiar en ella.

El propósito es despertar motivación por la cultura musical a los niños dominicanos que tienen o no inclinación artística.

Explicativo:

Al departamento de comunicación del Palacio de Bellas Artes no estar equipado con el personal correspondiente para el desarrollo correcto del área, se debilitó las fuentes de información mayoritarias para esta generación, tomando en cuenta que ellos se enfocaron en solamente publicar artículos vagos en el periódico y otros medios informativos del estado.

Metodología de la Investigación

-Observación

Con la observación se lograrán los objetivos generales y específicos planteados para Mayo-Agosto 2018.

A causa del pobre manejo que ha recibido la Escuela Elemental de Música Elila Mena en el departamento de comunicación, he trazado el objetivo de formular un plan de comunicación estratégico, para no sólo ayudar al conocimiento de los servicios y ofertas académicas de la escuela, sino también incentivar la cultura musical

en los niños dominicanos.

-Inductivo

Las personas con interés en las ofertas académicas de la escuela, la solicitan a través de las oficinas directas de la misma.

Aquellos que buscan información es porque han escuchado de la misma a través de amigos y/o familiares.

Las personas que buscan la obtención de información primero buscan en las plataformas digitales, al no encontrar información proceden a llamar o asistir de forma presencial.

-Deductivo

La ausencia de la escuela en las redes sociales, produce que las personas que buscan información sobre las ofertas académicas y actividades se les dificulte obtenerlas, ya que por la era digital en la que vivimos, las personas tienden a auxiliarse al internet antes que a otra opción.

Los padres y/o tutores que desean inscribir a sus hijos deben de hacer un proceso presencial en las instalaciones de la escuela.

Deben dirigirse directamente a la institución para obtener la información necesaria.

La comunicación telefónica es complicada.

Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Investigación

Fuentes

Se utilizarán distintas fuentes para la obtención de la información necesaria con el objetivo de un mayor desarrollo de la investigación:

Trabajos de investigación a la escuela elemental.
Brochures y/o volantes propios de la institución.
Técnicas de Marketing.
Artículos de periódicos y revistas.
Anuarios.
Enciclopedias.
Archivos del estado.
Publicidad.

Técnicas

La técnica primordial que se piensa utilizar es la investigación de campo:

Encuestas.
Entrevistas.
Tests.
Experimentos.

El objetivo es obtener la mayor información posible mediante un contacto personal con los alumnos y los

maestros de la escuela para perfeccionar el producto final de la solución al problema.

Fuentes de Documentación

Se utilizarán como principales fuentes de documentación los documentos de dominio público pertenecientes al estado, los artículos de periódicos y de revistas, páginas web que delimiten información sobre la música y el arte dominicano, e instituciones que brinden información real sobre la educación dominicana.

Esquema preliminar del contenido del Trabajo de Grado

Índice

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

Capítulo I: Aspectos generales de la Cultura Musical

Antecedentes

¿Qué es la cultura musical?

Música clásica y su importancia

Origen de la música clásica en la República Dominicana

Instituciones que promueven la cultura musical dominicana

Estudios

Estudios sobre la situación actual de la educación musical en la República Dominicana

Determinar el consumo de música clásica en el país

Determinar los beneficios de la cultura musical en el país

Estudio sobre los beneficios de la educación artística gratuita dominicana

Análisis

Analizar las oportunidades que poseen los niños dominicanos para estudiar música

Determinar la competencia

Capítulo II: Aspectos organizacionales

Escuela Elemental de Música Elila Mena

¿Qué es la Escuela Elemental de Música Elila Mena?

Impacto de la escuela en la República Dominicana

Palacio de Bellas Artes

¿Qué es el Palacio de Bellas Artes?

Departamento de comunicación de Bellas Artes

¿Qué es el Sistema Nacional de Escuelas de Bellas Artes?

Dependencias del Sistema Nacional de Escuelas de Bellas Artes

Capítulo III: Aspectos metodológicos

Tipos de Investigación

Métodos de Investigación

Población

Muestra

Tamaño de la muestra

Tipo de muestra

Fuentes y técnicas de investigación

Capítulo IV: Presentación y análisis de los resultados

Datos de la encuesta

Datos de la entrevista

Plan de comunicación

Sitio Web

Aplicación móvil

Redes sociales

Facebook

Instagram

Twitter

Pinterest

YouTube

Google+

LinkedIn

Conclusiones

Recomendaciones

Anexos

Referencias bibliográficas

Bibliografía

Referencias

cano, e., Sayre, M., soda, g., guzman, c., Lopez, L and Villarreal, M. (2018). Los beneficios de la música en los niños. [online] [guiainfantil.com](https://www.guiainfantil.com/servicios/musica/beneficios.htm). Available at: <https://www.guiainfantil.com/servicios/musica/beneficios.htm> [Accessed 2 Apr. 2018].

Cruz, F. (2018). Plan de comunicación estratégica. [online] GestioPolis - Conocimiento en Negocios. Available at: <https://www.gestiopolis.com/plan-de-comunicacion-estrategica/> [Accessed 2 Apr. 2018].

Moreno, R. (2018). Cómo desarrollar una estrategia de comunicación en 8 pasos. [online] El diván Digital. Available at: <http://www.benitezrafa.es/como-desarrollar-una-estrategia-de-comunicacion-en-8-pasos/> [Accessed 2 Apr. 2018].

Soriano, M. (2018). La música clásica en el contexto dominicano - El Caribe. [online] El Caribe. Available at: <http://www.elcaribe.com.do/2016/07/07/musica-clasica-contexto-dominicano/> [Accessed 2 Apr. 2018].

Herrero Martínez, Gabriela, Vale la pena invertir en comunicación organizacional? Ed. Mico Panoch, Argentina 2004.

Omalendi, Gabriela, Cómo realizar un plan de comunicación. Ed. Dick Bigh, Argentina 2003.

Uribe, A. (2014). Uso de las Redes Sociales digitales como Herramienta de Marketing. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.