



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**Efectos sociales y económicos sobre el sector artístico musical peruano a
causa del COVID-19 en el 2021**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO ACADÉMICO DE
Bachiller en Comunicación Estratégica**

PRESENTADO POR

CARLOS ENRIQUE BAZA ZUBIAURR - Comunicación Estratégica

ASESOR

ROXANA ALEXANDRA ALBARRACÍN APARICIO

LIMA, PERÚ

2021

**EFFECTOS SOCIALES Y ECONÓMICOS SOBRE EL SECTOR ARTÍSTICO
MUSICAL PERUANO A CAUSA DEL COVID-19 EN EL 2021**

Miembros del jurado

ASESOR (A)

ALBARRACÍN APARICIO, ROXANA ALEXANDRA

MIEMBROS DEL JURADO

LÓPEZ, GIULIANO

QUISPE, ANGELA

DEDICATORIA

A mi familia, la cual ha superado mil y un obstáculos en tan solo seis meses del 2021.

A mis padres, que me levantan cada vez que caigo y siempre tienen las palabras adecuadas.

A mi hermano Nicolás, quien me impulsa a dar todo de mi para llegar a ser el mejor ejemplo a seguir.

AGRADECIMIENTOS

A cada uno de mis profesores en esta nueva carrera. Fueron ellos quienes me acompañaron en este nuevo proceso académico y me exigieron al máximo.

A Dios, por darme la dicha de estar aquí, cumpliendo nuevos retos.

A la vida, por la oportunidad que me da cada día de seguir adelante cumpliendo mis sueños.

ÍNDICE

Asesor y miembros del jurado	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	1
ABSTRACT	3
INTRODUCCIÓN	5
I. INFORMACIÓN GENERAL	6
1.1. Título del proyecto	6
1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario	6
1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada	6
1.4. Localización o alcance de la solución	7
II. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA E INNOVACIÓN	
2.1. Justificación	8
2.2. Marco referencial	9
2.2.1 Antecedentes	9
2.2.2 Marco teórico	11
2.3. Planeamiento estratégico	20
2.4. Técnica de recolección de datos	20
III. RESULTADOS OBTENIDOS	21

IV. ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO	37
4.1. Estimación de costos para la investigación e implementación del proyecto de innovación	37
V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN	
5.1. Alcance esperado	38
5.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial del producto o servicio o forma de comercialización innovadora	39
5.3. Descripción de la propuesta de innovación	39
5.3.1 Diagnóstico situacional	40
5.4. Procedimiento para la propuesta de mejora	40
5.4.1 Planteamiento de matriz FODA/MEFI/MEFE	40
5.4.2 Desarrollo del proyecto de innovación	43
5.5. Impacto de la propuesta de investigación	50
• Impacto económico	
• Impacto social	
CONCLUSIONES	51
RECOMENDACIONES	52
VI. REFERENCIAS	53
6.1. Fuentes de información	53
6.2. Anexos	54
6.2.1 Matriz de consistencia	56
6.2.2 Instrumentos de recolección de datos	57
6.2.3 Validación de expertos	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Cambios en la programación de eventos	21
Tabla 2	Disposición del público al consumo de música	23
Tabla 3	Efectos más importantes en el sector	25
Tabla 4	Situación actual de la industria musical	27
Tabla 5	Plan de desarrollo del sector	29
Tabla 6	Rentabilidad de plataformas digitales	31
Tabla 7	Reinvención de negocios	33
Tabla 8	Aplicación de la reactivación	35
Tabla 9	Cuadro de presupuesto	37
Tabla 10	Matriz FODA de la realidad problemática	41
Tabla 11	Cuestionario de encuesta	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Variación de los ingresos de formatos musicales	11
Figura 2	Participación ciudadana en actividades culturales	12
Figura 3	Recaudación por crowdfunding	14
Figura 4	Expectativas del mercado musical al 2024	16
Figura 5	Apoyo económico del Ministerio de Cultura	17
Figura 6	Cambios en los eventos enlistados para el 2020	21
Figura 7	Disposición del público al consumo de música	23
Figura 8	Efectos más importantes en el sector	25
Figura 9	Situación actual de la industria musical	27
Figura 10	Plan de desarrollo del sector	29
Figura 11	Rentabilidad de plataformas digitales	31
Figura 12	Reinvención de negocios	33
Figura 13	Aplicación de la reactivación	35
Figura 14	Propuesta de Mejora	48
Figura 15	Cuadro de Procesos	49

RESUMEN

El objetivo principal de la presente investigación fue el determinar los efectos sociales y económicos sobre el sector artístico musical peruano a causa del Covid-19 en el año 2021, además de un análisis de la situación actual de la industria musical en el Perú hasta antes de la pandemia. Asimismo, se buscó determinar las causas y las razones por las cuales el rubro artístico-musical se ha visto impactado positiva o negativamente por la emergencia sanitaria.

Esta investigación siguió un enfoque de estudio mixto de tipo aplicada, con un diseño metodológico descriptivo. En la población de estudio, se consideró a 60 músicos de 18 a 35 años que forman parte de la industria musical en la actualidad, a los cuales se le aplicó una encuesta que permitió conocer y analizar la situación de la industria musical, sus efectos más significativos y las medidas que se están tomando para poder reactivarse.

Sobre los resultados, se pudo determinar a través de la encuesta que las hipótesis se afirman en cuanto al sector artístico musical peruano y su relación significativa con el impacto económico y social en el 2021 debido a la Covid-19. Se pudo confirmar que el estado de emergencia ocasionó una tasa alta de desempleo en el sector y que las plataformas virtuales son nuevas formas de ingreso económico en desarrollo para los artistas. Además, se considera una propuesta de mejora que acompaña al problema de investigación y que puede servir como guía de reactivación.

Palabras claves

Industria musical, eventos musicales, empleabilidad e ingresos económicos, impacto social en la industria musical, trabajadores dependientes e independientes de la música, plataformas digitales y reactivación del sector musical.

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the social and economic effects on the Peruvian musical artistic sector due to Covid-19 in the year 2021, in addition to an analysis of the current situation of the music industry in Peru until before the pandemic. Likewise, it was sought to determine the causes and reasons why the artistic-musical category has been positively or negatively impacted by the health emergency.

This research followed a mixed applied study approach, with a descriptive methodological design. In the study population, 60 musicians between the ages of 18 and 35 who are currently part of the music industry were considered, to whom a survey was applied that will get to know and analyze the situation of the music industry, its more significant effects and the measures that are being taken to be able to reactivate.

Regarding the results, it was possible to determine through the survey that the hypotheses are affirmed regarding the Peruvian musical artistic sector and its significant relationship with the economic and social impact in 2021 due to Covid-19. It was confirmed that the state of emergency caused a high unemployment rate in the sector and that virtual platforms are new forms of economic income in development for artists. In addition, it is considered an improvement proposal that accompanies the research problem and that can serve as a reactivation guide.

Keywords: Music industry, music events, employability and economic income, social impact in the music industry, dependent and independent music workers, digital platforms and reactivation of the music sector.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como propósito encontrar la relación y el impacto social y económico sobre el sector musical en el Perú a causa del covid-19 en el 2021. La industria musical ha sido golpeada duramente por la pandemia y la reactivación de la misma ha sufrido diversos tipos de inconvenientes desde que se empezó a recuperar.

La informalidad y la falta de apoyo por parte del Estado fueron parte durante el crecimiento y la expansión de este movimiento artístico y lamentablemente, se vio reflejado e impactado en la economía de todos los actores involucrados.

En ese sentido, es importante analizar la situación en la que se encontraba el sector antes de la crisis sanitaria y enfocarse en lo que se puede hacer en la actualidad para poder encontrar las mejores soluciones a esta problemática.

La investigación está compuesta por cinco apartados:

En el primero se encuentra la información general del proyecto, como el título, el área de desarrollo y la localización. En el segundo capítulo se encontrará la justificación de la investigación, el marco referencial en el que estarán los antecedentes, población, muestra y las herramientas de recolección de datos. En el tercer apartado se podrá encontrar los resultados de dicha recolección de datos y las conclusiones obtenidas. En el cuarto segmento, se encuentra el presupuesto que se requirió para la investigación y en el quinto apartado se encontrará la propuesta de innovación, la cual cuenta con un análisis detallado y una propuesta de mejora continua.

I. Información General

1.1. Título del Proyecto

Efectos sociales y económicos sobre el sector artístico musical peruano a causa del COVID-19 en el 2021.

1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario

El área es comunicación estratégica y la línea de investigación es el Desarrollo de campañas de comunicación en organizaciones y cambios sociales. El proyecto priorizará el análisis a los distintos factores que ocasionaron la problemática y buscará plantear distintas soluciones para reactivar esta área.

1.3. Actividad en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada

Se aplicará en el campo social y económico, puesto que estos sectores dentro de la industria musical fueron los más golpeados por la pandemia. La importancia que tienen ambos pilares se ve reflejada en la pérdida de muchos empleos y pone en crisis el sector. Se podrá evaluar las distintas realidades de los artistas del medio que se vieron en la necesidad de reinventarse.

Se tomará en cuenta el impacto que tiene esta problemática en la sociedad artístico-cultural y en sus posibles soluciones utilizando el área comunicacional. Además, se trabajará dentro de esta área analizando los aspectos digitales que sirven como ventaja inmediata.

1.4. Localización o alcance de la solución

Este proyecto informa sobre la realidad actual del sector artístico musical en el que se encuentra el país debido a la crisis post COVID-19 y busca representar un panorama actualizado de la problemática, el cual incluye a peruanos entre los 18 y 35 años que se dedican al arte. Se espera que esta investigación se pueda aplicar a tiempo real para encontrar los diversos obstáculos de este grupo social en la escena local. A su vez, se buscará determinar el impacto de la pandemia en la industria cultural peruana, analizar la realidad problemática actual y plantear diversas soluciones para reactivar este sector.

Según APPEVE (Asociación peruana de eventos y espectáculos) el sector de los conciertos brinda trabajo a más de 280 mil personas. Además, con la cancelación de todos los eventos programados para el 2020, se perdieron por lo menos un 50% de ventas con respecto al 2019, lo cual ocasionó una pérdida directa de 60% de los empleos.

En el país, la mayor parte de los ingresos no se dan por la venta de discos o streaming, sino gracias a los eventos en vivo. Al ver la crítica situación en la que se encontraba la institucionalidad y sus políticas culturales, se puede decir que la industria musical peruana no estaba preparada para enfrentar una pandemia. Sin embargo, es responsabilidad del mismo sector y el Estado reconstruirse y aplicar las soluciones necesarias con los mejores cimientos para estar preparados ante cualquier eventual crisis.

II. Descripción de la investigación aplicada o innovación

2.1. Justificación

La industria musical se ha visto impactada en su totalidad por la pandemia y sus consecuencias. Las restricciones necesarias para controlar la propagación del virus afectaron negativamente todo el sector cultural en el Perú y el mundo. La reactivación de este sector en el país ha sido muy lenta durante el 2020 para considerarse estable y cuando recién empezaba a reconstruirse se vio nuevamente golpeada por la segunda ola. Al no poder laborar y generar ganancias, los músicos y artistas peruanos se ven en la necesidad de reinventarse utilizando las nuevas plataformas u optando por otras opciones laborales. Es por ello que este proyecto se aplicará en el área social y económico, pues centrará la investigación en analizar el estado en el que se encuentra el sector cultural en el país luego de año y medio desde que inició la pandemia y se espera encontrar diversas soluciones para reactivar este rubro.

2.2. Marco Referencial

2.2.1 Antecedentes

En su investigación de título “Inserción en el mercado laboral de los egresados de la especialidad de Música de la Pontificia Universidad Católica del Perú”, cuyo objetivo fue analizar la inserción laboral de los egresados de la Especialidad de Música de la PUCP los resultados mostraron que existen varios factores que afectan a la industria artística peruana y generan un efecto en el mercado laboral de los egresados de esta casa de estudios. Utilizaron una metodología cuantitativa y cualitativa que incluyó una encuesta de 20 preguntas con aspectos sociodemográficos, sobre el mercado laboral y empleo post egreso a una población compuesta por egresados de la Especialidad de Música de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Esta investigación utilizó una muestra de 50 músicos y fue realizada menos de un año antes de los efectos en el sector debido a la pandemia. Dicho proyecto será analizado como la realidad en la que se encontraba el sector artístico en cuanto a economía y su mercado laboral. Yanac (2019).

Dentro del contexto actual en el que se encuentra el Perú con respecto a la pandemia, es necesario ver la realidad problemática internacional, especialmente en países latinoamericanos como México. En su investigación de título “Los artistas y sus condiciones de trabajo. Una aproximación a su situación en México” cuyo objetivo fue analizar la situación del empleo y las condiciones laborales de los artistas en México a partir de una delimitación histórica y teórica del artista como trabajador en tiempos de COVID, realizaron un estudio exploratorio que permitió ubicar los principales temas de discusión en torno a los artistas en

México. La misma estuvo enfocada en una población compuesta por la comunidad de artistas mexicanos que se vieron afectados por la pandemia y los resultados mostraron, como señala Sánchez (2020): “Más de la mitad de los artistas son asalariados, con condiciones laborales precarias y bajos ingresos; características que son similares para los trabajadores por cuenta propia.”

Este mismo patrón se encuentra reflejado en la realidad peruana y estos indicadores pueden servir de gran ayuda para encontrar las debilidades o conflictos internos del sector y de esta forma llegar a un mejor diagnóstico del problema.

Como parte de las propuestas de solución que se darán en este proyecto, se considera importante tomar en cuenta los nuevos medios digitales para generar ingresos adicionales. En su investigación de título “Crowdfunding como herramienta estratégica para la gestión sostenible de iniciativas culturales: plataforma virtual de crowdfunding con base en eventos musicales en la ciudad de Lima” el cual tuvo como objetivo dar a conocer el modelo de financiamiento alternativo como crowdfunding como alternativa para gestionar de con éxito eventos artístico-musicales, evidenciaron con sus resultados que la industria musical en Lima actualmente carece de medios de financiamiento adecuados, no existe un mecenazgo cultural y tampoco cuenta con una formación educacional completa tanto em el ámbito privado como público.

En cuanto a la metodología utilizaron entrevistas y focus group enfocados y especializados en financiamiento y difusión a una población compuesta por distintos nichos de mercado con 100 posibles consumidores.

Las nuevas plataformas virtuales para difundir arte y cultura serán la mejor y por un buen tiempo la única fuente de ingreso en el Perú y se deben utilizar de forma correcta para poder salir del estancamiento en el que se encuentra este sector. Fernández (2016).

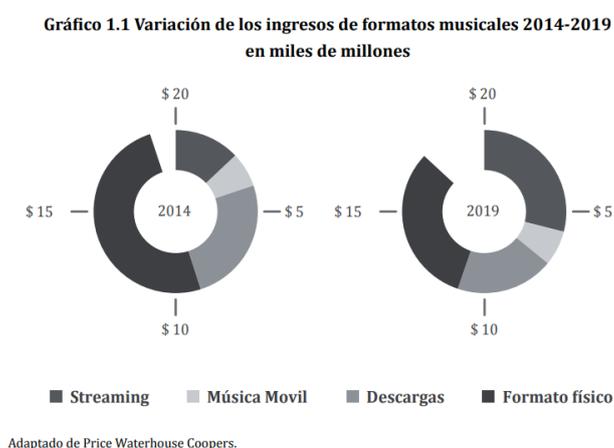
2.2.2 Marco Teórico

SECTOR ARTÍSTICO MUSICAL PERUANO

Variedad y diversidad artística: el crecimiento y expansión de la música peruana

La popularidad de la música peruana, al ser tan diversa y variada, se ha visto en un constante crecimiento desde las últimas 3 décadas. Sin embargo, la pandemia originada por el Covid 19 frenó la industria de forma inesperada y develó los problemas más complejos de la industria.

Figura 1: Variación de los ingresos de formatos musicales 2014-2019



Fuente: Foppiano (2016) Negocios Musicales. ¿Se puede vivir del arte en el Perú? P. 36

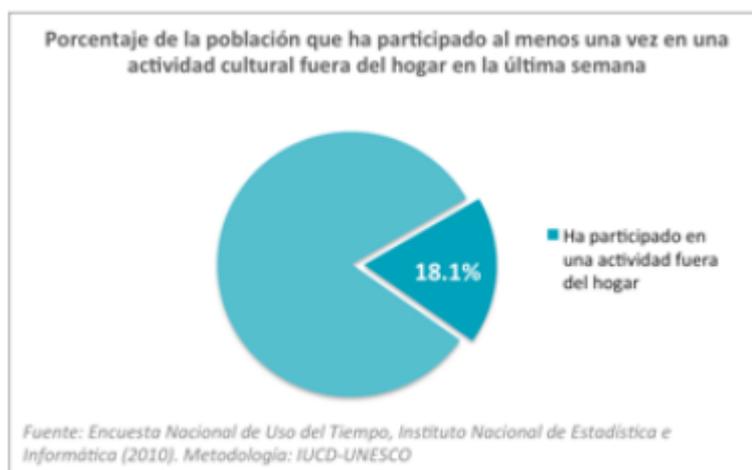
Rol e influencia de la música en la sociedad

El mercado de la música peruana ha pasado por profundos y múltiples cambios en la última década, en los cuales se han presentado diversos conflictos con el statu quo de la industria, en los que la tecnología ha tenido un rol fundamental tanto en su generación como en las nuevas alternativas y escenarios para difundir el arte.

La evolución de la música se ha visto marcada por los fonógrafos, vinilos, discos y hasta negocios de venta de partituras de música. Con el tiempo, la radio y la televisión ampliaron el mercado musical a nivel local y se introdujeron nuevos actores con capacidad de negociación en la industria, para luego desembocar actualmente en el mercado digital de la música de hoy, en donde los roles de los principales actores se encuentran en constante cambio y adaptación. (Handke, 2006)

En este gráfico se puede apreciar el porcentaje de la población que ha participado al menos una vez en alguna actividad cultural en la última semana y se puede apreciar que la sociedad peruana aún no ha encontrado esa motivación para invertir en un evento a gran escala.

Figura 2: Participación ciudadana en actividades culturales.



Nuevas formas de difusión musical

Las plataformas digitales se han convertido en las nuevas aliadas de los artistas y los músicos en general.

Sin embargo, existe una gran cantidad de actores que eran parte de los eventos presenciales, de forma directa o indirecta. Este sector representa la mitad de la población afectada casi en su totalidad, pues al no poder realizarse estos eventos no generan ingresos.

La crisis que enfrenta la industria en cuanto a la reinención y la migración a canales digitales se puede apreciar desde hace más de una década.

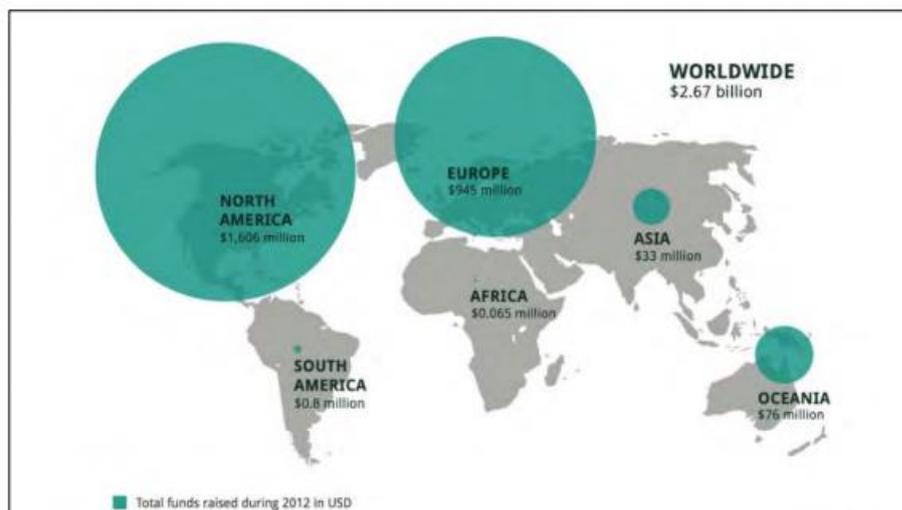
“Este nuevo panorama supone una reinención constante de las empresas de este sector y uno de los aspectos que más está ayudando a frenar las pérdidas de este sector es el mercado digital, 8 aún por desarrollarse. La industria musical, actualmente se expande por mercados aún vírgenes y se centra en la creación de nuevos modelos de negocio, lo que desemboca en el acercamiento de un número cada vez mayor de usuarios de música digital y la globalización de los artistas, con un público cada vez más diverso y numeroso” (Álvarez, C., 2015).

Y es que se la pandemia ha obligado a todo el sector a virar de forma obligada a lo inevitable. Uno de los modelos de solución que se venían planteando desde la última década es el crowdfunding, el cual es una herramienta estratégica para la gestión sostenible de iniciativas culturales vía plataforma virtual. A pesar de su

crecimiento en distintas partes del mundo, este se ha dado a mayor escala en Estados Unidos y Europa, siendo en Latinoamérica un recurso aún por explotarse.

Figura 3: Recaudación por crowdfunding

Figura 9: Movimientos de dinero recaudado por *crowdfunding* a nivel de continentes (2012)



Fuente: The Crowdfunding Industry Report 2013

EFFECTOS SOCIALES Y ECONÓMICOS A CAUSA DEL COVID-19

Informalidad laboral y desempleo

Foppiano (2016), al referirse a los negocios musicales, señala:

“Los negocios musicales son como cualquier empresa, pero con la particularidad de que el negocio principal o core business¹ gira en torno a la música. En el Perú como en el mundo, los músicos y las personas naturales o jurídicas (empresas o instituciones) que participan en los negocios musicales deben generar excedentes económicos, no necesariamente con intenciones de lucro, sino para la satisfacción de las necesidades de las personas naturales de cualquier índole o para la supervivencia y crecimiento de las organizaciones en general.”

Es correcto afirmar que los negocios de la música y la industria en general debe ser tomada en serio como lo que es y debería representar: una potencia de ingresos para el sector musical y un generador de empleos a gran escala.

Situación actual de la Industria artística-musical en el 2021 y el impacto negativo en eventos y conciertos

La industria cultural ha estado latente en la sociedad peruana desde siempre y sus distintas mutaciones han logrado que se posicione en la actualidad como una de los sectores más grandes e importantes del país.

La variedad y diversidad artística que existen en los distintos territorios de la nación hacen que haya un mercado para cualquier tipo de evento. Ya sea de alcance corto o con asistencia multitudinaria, la estabilidad económica, su constante crecimiento y la cultura del consumismo, ayudaron a que se consolide como un sector que genera ganancias y da trabajos en distintos rubros.

Hoy en día enfrenta diversas dificultades como la informalidad, la falta de organización dentro del mismo sistema o la falta de beneficios laborales que por derecho deberían tener todos. Pero sin duda alguna, el desafío más grande que enfrenta es uno que no era parte de la expectativa: una pandemia.

Dentro de este tema, se puede tener en cuenta que la realidad de la industria en Latinoamérica es que más de la mitad de los artistas son asalariados, con condiciones laborales precarias y bajos ingresos; características que son similares para los trabajadores por cuenta propia.

Sánchez (2020)

Este nuevo reto para la industria servirá para solucionar los problemas del pasado, modificar lo que necesite un cambio inmediato, dejar atrás lo que no aporte positivamente, aprender de los errores y eventualmente innovar en las formas de difundir su trabajo. Todo esto para fortalecer cada una de las columnas que sostiene al arte y la cultura del Perú.

Pese a la situación actual, se espera que la industria musical y radial en Perú generen 201 millones de dólares en el 2024, y es que el sector cultural cumple un rol muy importante en la economía peruana y representa toda una cadena de ingresos que impacta a diversos actores directa e indirectamente como puede apreciarse en este cuadro:

Figura 4: Expectativas del mercado musical, radial y podcasts al 2024

Música, radio y podcasts en Perú (en millones de USD)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019 - 2024
Música, radio y podcasts en Perú (US\$ mn)	132	142	154	134	152	184	193	201	5.57%
Música (US\$ mn)	30	33	37	31	38	48	51	54	7.45%
Música en vivo	13	13	13	4	7	12	12	12	-1.3%
Patrocinio música en vivo	3	3	3	1	2	3	4	4	2.34%
Venta de ticket música en vivo	10	10	10	3	5	9	9	9	-2.64%
Música grabada	17	20	24	28	31	36	39	41	11.22%
Música Digital grabada	11	14	17	21	24	28	32	34	14.36%
Descarga música digital	0	0	0	0	0	0	0	0	-39.73%
Streaming música digital	10	13	17	21	24	28	31	34	14.79%
Publicidad streaming música digital	3	3	3	4	4	4	4	4	4.51%
Consumo streaming música digital	7	10	14	18	20	24	27	30	16.84%
Derechos de interpretación musical	6	6	7	6	6	7	7	7	1.61%
Radio (US\$ mn)	102	109	116	103	114	136	142	148	4.93%
Publicidad	102	109	116	103	114	136	142	148	4.93%

Fuente: PWC Perú

Rol del Estado en las etapas de reactivación

El plan de reactivación del Gobierno peruano y sus fases han tenido muchas dificultades durante todo el 2020 y se vieron nuevamente afectados por la segunda ola de la pandemia en el 2021. Esto ocasionó una paralización casi completa de todo el sector artístico y un estancamiento en la economía de toda la industria musical.

A la fecha son 276 colectivos los beneficiados con los apoyos, los cuales representan a un total de 1,361 personas. Las líneas de apoyo entregadas hasta el momento están referidas a las iniciativas colectivas para la promoción y difusión de arte tradicional en plataformas digitales o redes sociales, e iniciativas para el fortalecimiento de la memoria colectiva.

El apoyo por parte del Estado se dio de forma gradual, pero al ser un sector con una alta tasa de informalidad, no se pudo concretar de forma óptima, algo que sigue dificultando la reactivación del sector.

Figura 5: Apoyo económico del Ministerio de Cultura



2.4. Hipótesis y variables de la investigación

2.4.1 Hipótesis general

El COVID-19 influye negativamente en la industria musical y en todo el sector artístico peruano.

Hipótesis secundaria 1:

El COVID-19 genera un impacto negativo en la industria artística, en la programación de conciertos y en los eventos musicales masivos.

Hipótesis secundaria 2:

El estado de emergencia y las medidas de distanciamiento social ocasionan una tasa alta de desempleo en el sector musical y tardará en recuperarse.

Hipótesis secundaria 3:

Las plataformas virtuales son nuevas formas eficientes de ingreso económico para los artistas peruanos.

2.3 Variables y definición operacional

Variable 1: Sector artístico musical peruano

Definición conceptual: Se entiende como sector artístico-musical como la industria y todos sus agentes que generan dinero creando, difundiendo y vendiendo música. Esta, se sostiene de la creación y la transacción de la propiedad intelectual de los artistas.

Dimensiones: Trabajadores dependientes e independientes de la música, eventos musicales, agenda 2020 y 2021 y oferta/demanda de música.

Variable 2: Efectos sociales y económicos a causa del COVID-19 en el 2021

Definición conceptual: Se comprende como el nivel de afectación que tuvo el sector artístico musical debido al COVID-19 en el año 2021, el cual afectó en un aspecto social y económico a toda la cadena de artistas y profesionales que operan dentro del sector.

Dimensiones: Impacto social de la pandemia en la industria, empleabilidad e ingresos económicos, plataformas digitales y reactivación del sector musical.

2.4 Metodología de la investigación

Tipo: Aplicada, ya que este proyecto tiene la finalidad de investigar sobre la gestión de esta industria y resolver una problemática actual en la sociedad peruana.

Enfoque: Mixto, pues esta investigación se encuentra orientada en mediciones y conteos para alcanzar una estadística que soporte las hipótesis planteadas.

Diseño: Descriptivo, porque se buscará analizar a detalle las características y magnitudes de las variables. Además de observar, comparar y especificar los perfiles de las muestras en cuestión.

Nivel: Correlacional, ya que se tomará en cuenta la relación entre dos variables; en este caso, qué tanto afecta social y económicamente al sector artístico musical la pandemia ocasionada por la Covid -19.

2.5 Población y muestra

Población: Para la presente investigación se tomaron en cuenta artistas de 18 a 35 años en la ciudad de Lima.

Unidad de análisis: 60 músicos en un muestreo de tipo simple.

Técnicas de recolección de datos: Encuesta

Instrumentos de recolección de datos: Cuestionario

III. Resultados Obtenidos

Encuesta - cuestionario

Pregunta 1

¿Se dieron cambios en la programación de los eventos enlistados para el 2020?

Tabla 1: Cambios en la programación de eventos en el 2020

Etiquetas de fila	¿Se dieron cambios en la programación de los eventos enlistados para el 2020?	Cantidad
Si	100%	60
Fueron reprogramados para el 202	10%	6
Eventos cancelados	20%	12
Fueron reprogramados durante el		
año 2021	33%	20
Se desarrollaron en formatos		
virtuales	37%	22
Total general	100%	60

Fuente: Encuesta propia

¿Se dieron cambios en la programación de los eventos enlistados para el 2020?

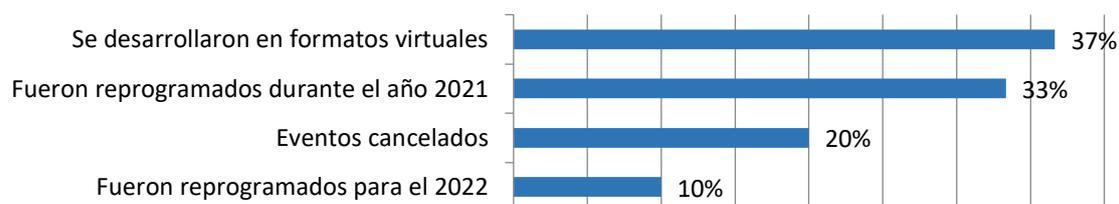


Figura 6

Fuente: Encuesta propia

El 100% de los encuestados considera que si se dieron cambios en la programación de los eventos enlistados para el 2020. De este grupo, el 70% de la población tuvo que reprogramar dichos eventos durante el año 2021 o se vieron en la necesidad de realizarlos en un formato virtual en plataformas digitales.

Un 20% indica que tuvo que cancelar sus conciertos, giras o festivales, pues una reprogramación de los mismos es muy poco probable cuando el panorama sigue siendo inestable. El 10% restante se encuentra en la espera de la reactivación parcial o total del sector para poder regresar a la normalidad en el 2022.

Como puede verse, la pandemia afectó directamente la situación laboral de los artistas y obligó a la industria musical a cambiar constantemente su programación de eventos durante el transcurso de todo el 2020.

Pregunta 2

¿Existe disposición del público a consumir y/o pagar por música en el 2021?

Tabla 2: Disposición del público al consumo de música

Etiquetas de fila	¿Existe disposición del público a consumir y/o pagar por música en el 2021?	Cantidad
Mediana disposición	35%	21
Poca disposición	65%	39
Total general	100%	60

Fuente: Encuesta propia

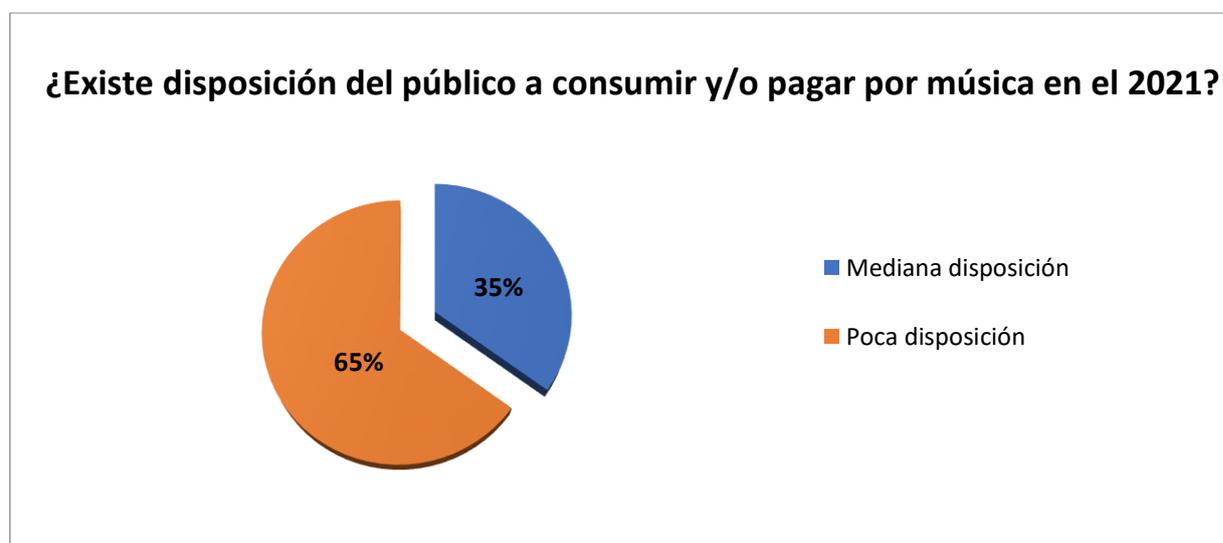


Figura 7

Fuente: Encuesta propia

Casi el 70% de los encuestados afirma que el público aún no está dispuesto a consumir o pagar por música en la actualidad. Esto se debe a la falta de costumbre del mercado a pagar por eventos virtuales, lo cual dificulta la reactivación del sector y se puede apreciar en que el 0% de los encuestados no piensa que existe mucha disposición del público a invertir por contenido digital.

El 30% considera que existe mediana disposición de sus consumidores a pagar por sus productos o proyectos, aquí se pueden encontrar los nichos más cercanos y fieles a los artistas o los asistentes a tocadas en bares con aforo limitado, pero siguen siendo una minoría que sigue siendo insuficiente para generar ganancias.

La migración a lo digital obligó a los artistas a trasladar sus eventos a las distintas plataformas digitales, pero se puede afirmar que los ingresos no son los mismos, generando así una pérdida notable a comparación de años anteriores.

Pregunta 3

¿Cuáles han sido los efectos más importantes en el sector durante la primera mitad del 2021?

Tabla 3: Efectos más importantes en el sector durante el 2021

Etiquetas de fila	¿Cuáles han sido los efectos más importantes en el sector durante la primera mitad del 2021?	Cantidad
Pérdida de ofertas laborales.	7%	4
Talento migrando a otras profesiones.	8%	5
Proyectos musicales estancados	12%	7
Baja demanda del público.	17%	10
Falta de locales para eventos musicales	22%	13
Pérdidas económicas y cambios en el presupuesto anual	35%	21
Total general	100%	60

Fuente: Encuesta propia

¿Cuáles han sido los efectos más importantes en el sector durante la primera mitad del 2021?

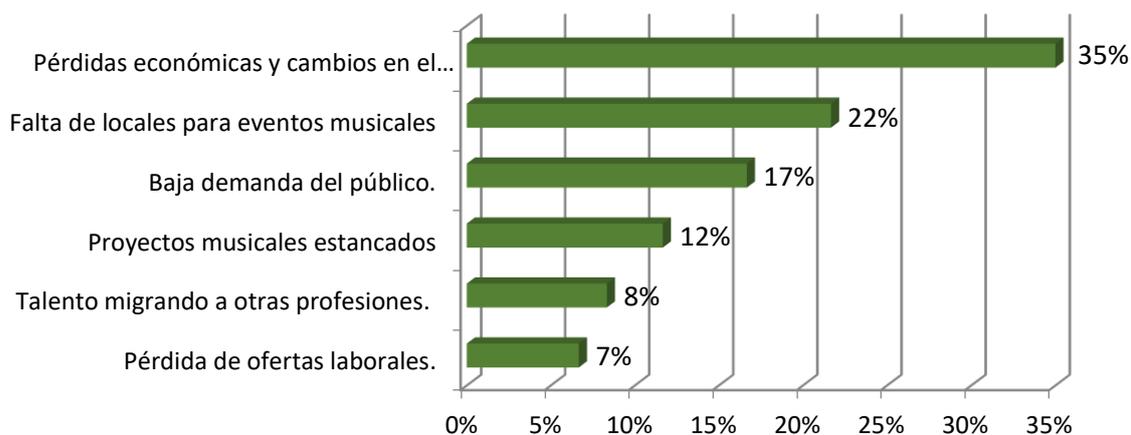


Figura 8

Fuente: Encuesta propia

Este cuadro revela que gran parte de la población encuestada considera que la pandemia afectó de manera considerable a la industria musical, principalmente en el aspecto económico. Esto se refleja en todo ámbito del sector, desde los artistas hasta los actores secundarios de la misma: productoras, ingenieros de sonido y más.

El 35% de los encuestados, afirma que el efecto más importante durante este tiempo fueron las pérdidas económicas y los cambios en su presupuesto anual, el cual no puede terminar de definirse por la incertidumbre y la inestabilidad generada por la pandemia.

Un porcentaje destacable es el 22%, que considera que la falta de locales para eventos musicales es un grave problema, ya que el sector aún no puede reactivarse con totalidad y son pocos los negocios que han apostado por incluir música en vivo en sus locales. Una muestra que va de la mano con este problema se puede ver en el 17% que piensa que la baja demanda del público (que también se encuentra en una etapa de ahorro) representa un efecto negativo que hasta ahora no ha podido solucionarse.

Pregunta 4

¿En qué situación cree que se encuentra la industria musical?

Tabla 4: Situación actual de la industria musical

Etiquetas de fila	¿En qué situación cree que se encuentra la industria musical?	Cantidad
Se encuentra en crecimiento	38%	23
Se encuentra estancada	62%	37
Total general	100%	60

Fuente: Encuesta propia

¿En qué situación cree que se encuentra la industria musical?



Figura 9

Fuente: Encuesta propia

El 63%, que representa una gran mayoría, considera que la industria aún no se encuentra en un buen momento y esto se debe a muchos factores. Entre ellos, por la falta de apoyo económico del Gobierno o la falta de oportunidades laborales debido a las restricciones actuales. Cabe resaltar que la mayor parte de las ganancias dentro del sector artístico se da en los eventos en vivo y estos aún no se han podido reanudar porque el entretenimiento no es una prioridad.

Este descontento se puede apreciar en el alto porcentaje de encuestados que creen que el sector se encuentra estancado, lo cual no les permite generar ingresos.

Pregunta 5

¿Cree que existe un plan de desarrollo y medidas concretas para la reactivación del sector?

Tabla 5: Plan de desarrollo del sector

Etiquetas de fila	¿Cree que existe un plan de desarrollo y medidas concretas para la reactivación del sector?	Cantidad
No, las medidas no se adecuan a la realidad	10%	6
No, el plan es improvisado	12%	7
Son buenas medidas, pero aún no pueden aplicarse	12%	7
Si, pero necesita mejorarse para que pueda beneficiar a todos en la industria	15%	9
Existe el plan, pero no se aplica correctamente	17%	10
No existe, los músicos han tenido que buscarse la forma de reactivarse de forma independiente	17%	10
Si, pero las medidas no son suficientes	18%	11
Total general	100%	60

Fuente: Encuesta propia

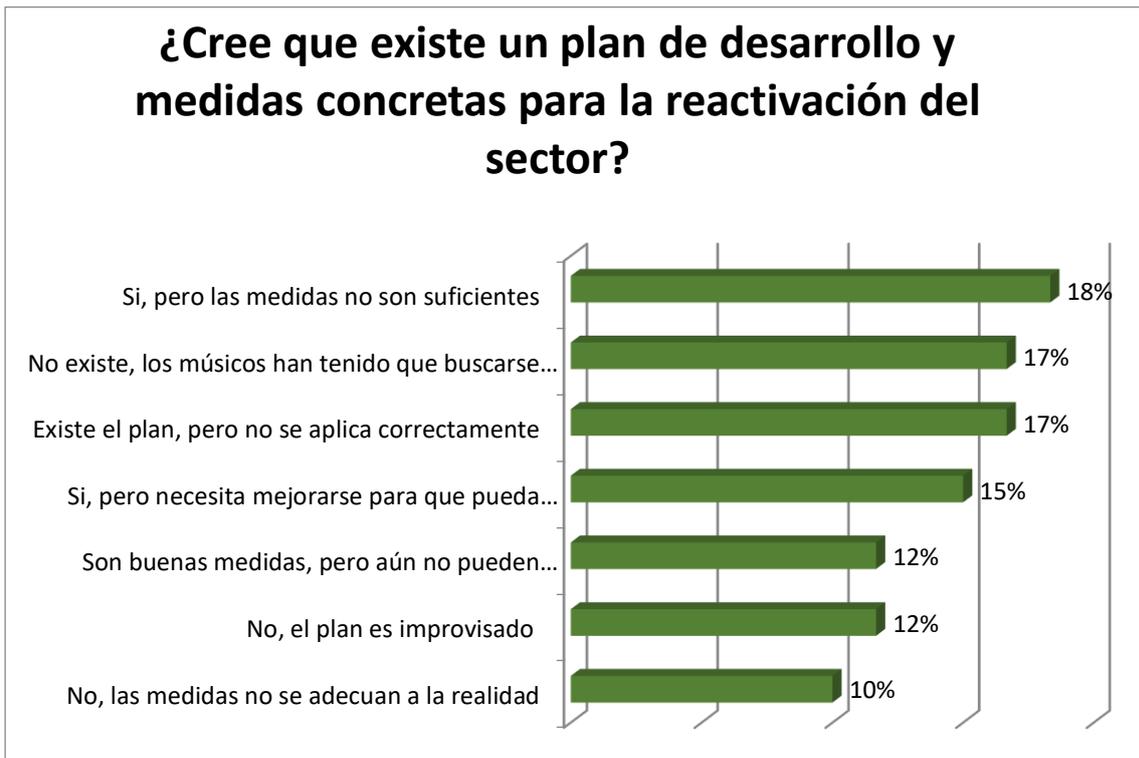


Figura 10

Fuente: Encuesta propia

En esta pregunta, gran parte de los encuestados afirmaron que existe un plan, pero consideran que las medidas que se han venido tomando no se han aplicado de forma correcta o no han sido las adecuadas.

El 56% respondió de forma crítica hacia las medidas tomadas para reactivar el sector, ya sea porque no se adecuan a la realidad, lo consideran un plan improvisado o porque consideran que los músicos han tenido que buscarse la forma de reactivarse de forma independiente realizando eventos virtuales o dedicándose a otro tipo de negocios.

La otra mitad de la muestra acepta que existe el plan, pero considera que el Estado no ha sabido aplicar todas las herramientas necesarias para reactivar la industria musical. Esto se puede reflejar en el puesto que ocupa el sector en las fases del plan económico y en las pocas medidas que se han dado en beneficio de los artistas de todo el país y es que después de año y medio del inicio de la pandemia, algunas restricciones siguen siendo las mismas.

Pregunta 6

¿Es rentable el uso de plataformas digitales y/o redes sociales para generar ingresos?

Tabla 6: Rentabilidad de plataformas digitales

¿Es rentable el uso de plataformas digitales y/o redes sociales para generar ingresos?		
Etiquetas de fila		Cantidad
Si	15%	9
No	85%	51
Total general	100%	60

Fuente: Encuesta propia

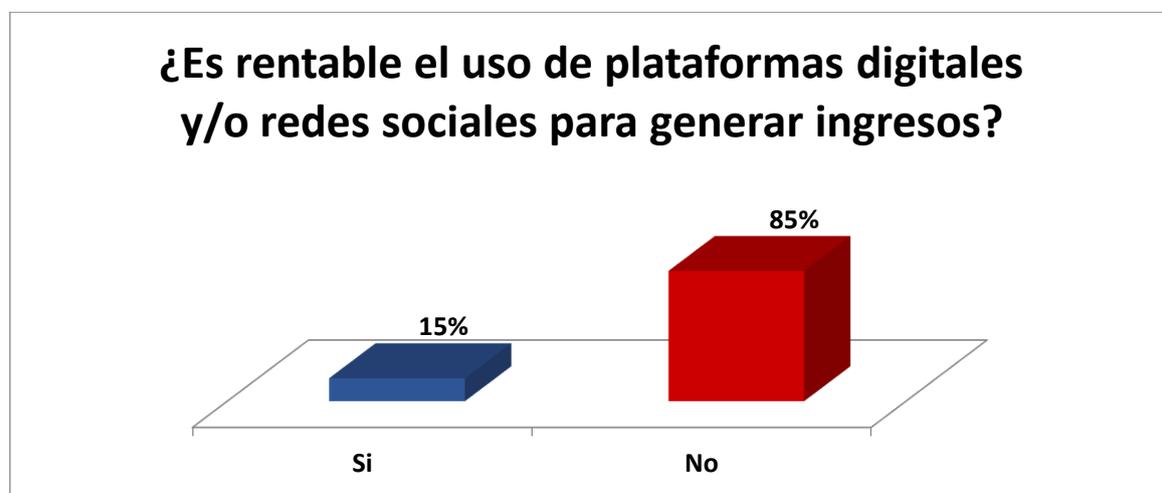


Figura 11 Fuente: Encuesta propia

El 85% de los encuestados respondieron que el uso de plataformas digitales y/o redes sociales no es rentable para generar ingresos. Esto a pesar de los esfuerzos de las promotoras o agencias por conseguir que el mercado se adapte a esta nueva forma de consumo.

Para el sector, esta fue su única forma de generar ganancias durante todo el 2020 y recién se puede ver un ligero crecimiento de oportunidades en locales con aforos limitados.

Si bien es cierto, los eventos en vivo o pre grabados que son transmitidos por internet tienen una mejor difusión, no retribuye una ganancia considerable a comparación de la inversión del local, pago a músicos, etc.

El 15% que considera rentable estos medios, representa un gremio bastante selectivo que cuenta con una audiencia mayor y con un público que está dispuesto a pagar por su música. Esto, lamentablemente no es la realidad de la mayoría.

Pregunta 7

¿Tuviste que adaptarte a un nuevo modelo de negocio o reinventarte en otro rubro para generar ingresos?

Tabla 7: Reinención de negocios

Etiquetas de fila	¿Tuviste que adaptarte a un nuevo modelo de negocio o reinventarte en otro rubro para generar ingresos?	Cantidad
Trabajos de producción musical	8%	5
Negocio familiar	10%	6
Pedagogía musical para niños	10%	6
Promoción de eventos	10%	6
E commerce de instrumentos o productos	13%	8
Clases virtuales personalizadas	15%	9
No	33%	20
Total general	100%	60

Fuente: Encuesta propia

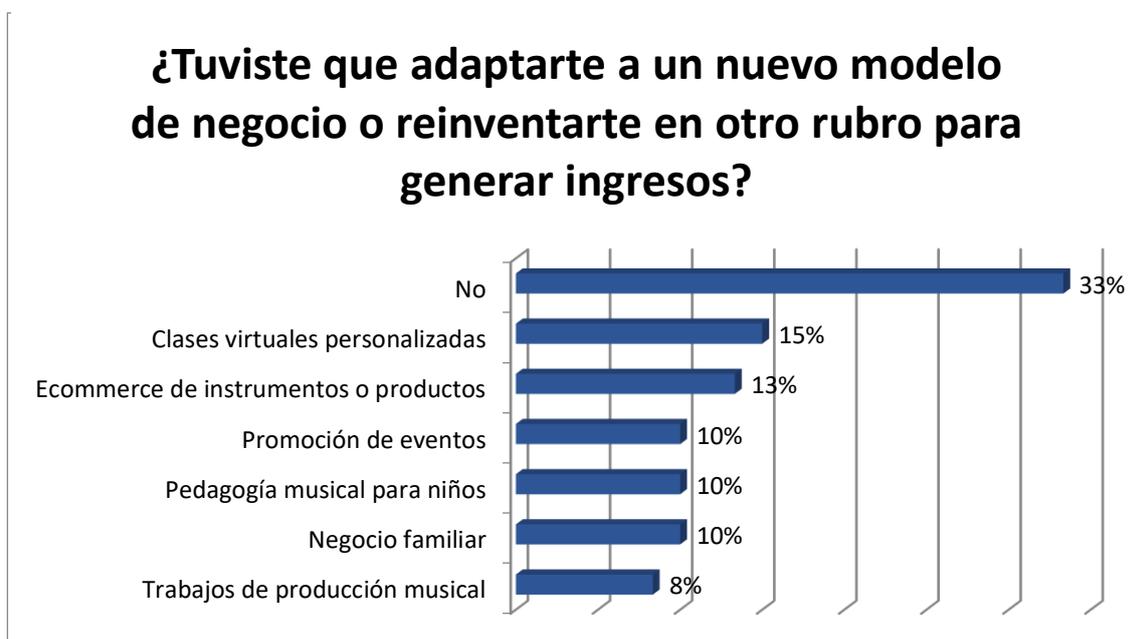


Figura 12 Fuente: Encuesta propia

El 67% de los artistas que forman parte de esta muestra aceptó que tuvo que reinventarse dentro o fuera del rubro para poder subsistir económicamente durante la pandemia. Un 25% se dedicó a la pedagogía o a las clases virtuales de música, una medida rentable que pudo apoyarlos durante los primeros meses de confinamiento. Otro porcentaje importante es que el 18% se dedicó a la promoción de eventos digitales o a la producción de música en casa, ambos sectores tuvieron un crecimiento en demanda comparado a otros años.

El 23% de los encuestados tuvo que migrar a otros tipos de negocios para generar ingresos, pues no todos los actores dentro de la industria musical pudieron adaptar sus labores habituales en eventos o conciertos en sus hogares. Lo más usual en este grupo fue reinventarse vendiendo productos online o creando un negocio familiar.

Solo el 33% de los encuestados no tuvieron que adaptarse a un nuevo modelo de negocio para poder generar ingresos durante el último año, pero no significa que pudieron realizar eventos en vivo. Por el contrario, tuvieron que dedicarse a solo uno de sus proyectos o labores de negocio, como la producción o grabación.

Pregunta 8

¿Considera que la reactivación parcial o total de la industria musical se está aplicando de forma óptima?

Tabla 8: Aplicación de la reactivación

Etiquetas de fila	¿Considera que la reactivación parcial o total de la industria musical se está aplicando de forma óptima?	Cantidad
Se necesita apoyo económico	10%	6
Se necesita un mejor plan en la reactivación de eventos	17%	10
Aún no se puede reactivar por la situación actual	20%	12
El Estado debe invertir y mejorar el sistema de reactivación de todo el sector	25%	15
Se está adaptando de forma progresiva	28%	17
Total general	100%	60

Fuente: Encuesta propia



Figura 13 Fuente: Encuesta propia

El 28% de los encuestados indica que la industria musical se está adaptando de forma progresiva en el 2021, pero considera que el crecimiento es muy lento y aún no ha logrado establecerse lo suficiente como para considerarlo un sector reactivado. Esto se puede evidenciar en el 72% de la población que siente que se necesita un mayor apoyo por parte del Estado, el cual debe asegurarse de brindarle facilidades a todos los involucrados y no solo a una parte del gremio artístico.

De este último porcentaje, el 25% piensa que se debe invertir en una correcta reactivación que se pueda adaptar a todos por igual, como se puede apreciar en otros países de la región. En esta línea, se puede agregar el 10% que considera que el Estado debe apoyar económicamente a los músicos con algún tipo de bonificación, ya que no han podido trabajar por más de un año y consideran que el apoyo ha sido nulo o muy escaso.

Por último, un 17% pone en discusión una problemática que eventualmente será muy importante, la mejora del plan para la reactivación de eventos. Consideran que esta es la forma más directa de generar ingresos y debe ser aplicada de forma correcta

IV. ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO

4.2. Estimación de costos para la investigación e implementación del proyecto de innovación

Tabla 9 – Cuadro de Presupuesto

Partidas y Sub Partidas	Importe	Total
1. Personal		
Asesor de Investigación	1	S/ 250
2. Materiales		
Personas encuestadas (60)	50	S/100
- Hojas Bond	50	S/20
- Lapiceros	2	S/10
- USB	1	S/ 30
3. Servicios		
- Escritorio	1	S/200
- Laptop	1	S/700
- Internet	1	S/150
- Luz	1	S/ 100
Total		S/ 1560

Fuente: Elaboración Propia

V. Desarrollo de la propuesta de innovación

5.1 Alcance esperado

Se propone implementar este proyecto de investigación en jóvenes músicos peruanos entre los 18 y 35 años que forman parte de forma activa de la industria musical y se dedican al arte como profesión. Se espera que se pueda aplicar a tiempo real, pues busca presentar un plan de desarrollo que pueda aportar y beneficiar a la reactivación del sector. Este plan contará con un cronograma para apoyar a que la industria retome sus actividades de forma segura y responsable, lo cual impactará positivamente en todos sus actores.

Esta investigación buscará encontrar los diversos obstáculos de este grupo social en la escena local, y a su vez, buscará determinar el impacto de la pandemia en la industria cultural peruana, analizar la realidad problemática actual y plantear diversas soluciones para reactivar este sector.

El diseño de un plan que sirva como apoyo a los presentados por el Estado será muy importante, pues se cuenta con muy pocas herramientas en el mercado para reactivarse de forma correcta y rentable.

5.2 Descripción del mercado objetivo real o potencial del producto o

servicio o forma de comercialización innovadora

La estrategia del plan de reactivación propuesta está orientada en un mercado joven que busque implementar estas fases en su proceso de reinserción para poder generar ingresos y de esta forma poder difundir su propio modelo de negocio. Dentro de este público objetivo se encuentra un nicho de artistas independientes, estudiantes de las distintas carreras de música en el país y nuevos artistas que se podrían ver beneficiados por este plan, especialmente si lo que buscan es distribuir su música presencialmente.

5.3 Descripción de la propuesta de innovación

La propuesta presentada se alinea a las estrategias de reactivación del sector artístico y cultural peruano, sin embargo, se ejecutará con una visión más personalizada y que tome en cuenta a esta población afectada. Esta propuesta de mejora buscará implementar y mejorar las medidas esenciales para la reactivación del sector musical mediante un plan que será desarrollado en 3 fases.

- Reactivar la industria
- Mejorar los procesos
- Fortalecer el planeamiento

5.3.1 Diagnóstico situacional

Antecedentes de la industria

El sector artístico musical en el Perú se vio muy afectado por las restricciones ocasionadas por la pandemia. Desde marzo del 2020 gran parte de los eventos programados no han podido realizarse y la informalidad y el desempleo se convirtió en gran parte del problema.

Descripción de actividades y/o procesos

Actualmente, los eventos presenciales representan un porcentaje muy bajo en el país, pues no se ha podido reactivar escalonadamente este modelo de negocio.

5.4. Procedimiento para la propuesta de mejora

5.4.1 Planteamiento de matriz FODA

El cuadro a continuación, presenta la situación actual de la industria musical y la realidad problemática en la que se encuentra. Si bien el sector artístico musical ha tenido un crecimiento progresivo en los últimos años, la pandemia paralizó todas sus operaciones de forma total e inmediata. El estancamiento de todo tipo de evento musical repotenció las debilidades de la industria y generó grandes pérdidas económicas durante todo el 2020. El desempleo y la informalidad fueron los grandes actores en esta problemática, la cual no han podido solucionarse incluso hasta la segunda mitad del 2021 con la virtualidad.

Tabla 10 – Matriz FODA de la realidad problemática de la Industria

Fortalezas	Oportunidades
Diversidad y creatividad cultural en el Perú	Crecimiento económico y consumismo en cuanto al arte en los últimos años.
Mercado estable que permite generar ganancias por ventas o regalías.	Auge de conciertos virtuales nacionales e internacionales.
Se cuenta con una base de seguidores medibles.	Oportunidades de reestructuración de la industria local post COVID 19.
Experiencia, capacitación y disposición de los artistas a buscar nuevos modelos de negocio.	Difusión del arte vía plataformas digitales.
Creación y distribución del arte vía streaming.	Reactivación gradual de algunas actividades artísticas.
Existen herramientas para alcanzar los resultados deseados	Mayor disposición del público a consumir y pagar por música.
	Tendencia a una mejor situación frente a la pandemia en el 2022.

Debilidades	Amenazas
Informalidad en un gran porcentaje de artistas independientes.	Estado de Emergencia - Pandemia COVID 19.
Carencia de beneficios laborales como seguros de salud y planillas	Cancelaciones de cualquier manifestación cultural, sea exposiciones conciertos, festivales, etc.
Sistema de contratos voluble que puede llevar a pérdidas económicas.	Restricción de aforo en eventos masivos
Falta de gremio nacional conformado por artistas, productores y promotores.	Disminución en el consumo de arte y cultura.
Poca cartera inicial de beneficiados	Nuevas disposiciones del Gobierno.
Falta de llegada y conocimiento del plan presentado.	Crecimiento del desempleo y de la crisis económica como la inflación.
No se cuenta con una amplia cantidad de colaboradores.	Baja recepción de nuevos proyectos

Fuente: Elaboración Propia

5.4.2 Desarrollo del proyecto de innovación

Propuesta de Mejora: Plan de Reactivación de la industria musical.

Para llevar a cabo este proceso de mejora que se centra en un plan de reactivación para músicos, se debe poner en contexto el proceso y las fases que se llevarán a cabo para conseguir los resultados deseados. Con este plan se podrá apoyar directa e indirectamente en los puntos más críticos del sector, ya que buscará darle un apoyo adicional a los músicos que buscan reactivar su economía y el de sus familias.

El plan cuenta con 3 etapas:

- Reactivar la industria: acción a corto plazo que se centrará en potenciar el regreso de los eventos presenciales respetando las restricciones.
- Mejorar los procesos y el marco actual de las actividades en un mediano plazo y progresivamente para que la mayor parte de artistas puedan generar mayores ingresos.
- Fortalecer el planeamiento como parte de una innovación constante del proceso para que pueda adaptarse a los nuevos retos y exigencias del mercado.

Estructura - Plan de Reactivación de la industria musical.

Dentro de cada etapa, se encuentran distintas fases para alcanzar la propuesta de innovación que, a su vez, busca reactivar la industria musical y aplicarse a los distintos rubros dentro del sector. A continuación, un esquema del plan aplicado a la reactivación del negocio de músicos independientes, quienes representan un gran porcentaje de la escena local.

Etapa 1 – Reactivar

Reactivar los conciertos, eventos y espectáculos independientes gradualmente respetando los requerimientos y las fases de seguridad.

- Macro Procesos: Darle un mejor enfoque a la creación, gestión y difusión de la música.
- Procesos Medianos: Solicitar apoyo del Estado y detener el estancamiento de la industria.
- Procesos Específicos: Habilitar espacios culturales y brindar facilidades para la reinserción laboral

Fase 1: Indagación y recopilación de información sobre la problemática

Dentro de esta fase, se buscará obtener la mayor cantidad de información usando herramientas digitales de recolección de datos para medir el impacto de la crisis en la economía de la industria musical y todos sus actores. Esta data servirá como base de datos para crear el plan estratégico de mejora.

Fase 2: Análisis y proceso de información

Se usará esta información recopilada para que pueda pasar un filtro temático, en el que se evalúe los efectos y situaciones más comunes dentro de la investigación. Esto, con la finalidad de que la base de datos sea analizada y procesada adecuadamente.

Fase 3: Presentación y exposición de la propuesta de mejora al Estado

Luego de analizar la información sobre los efectos de la pandemia en el sector, se creará una presentación que resuma la problemática encontrada y se expondrá frente al público objetivo especializado en la temática.

Fase 4: Desarrollo e implementación del plan de habilitación a nivel local

En esta fase se pondrá en marcha el desarrollo del proyecto a una escala de ensayo, el cual servirá como piloto para que pueda replicarse a nivel nacional. El plan consistirá en la reactivación de eventos con capacidad limitada y cumpliendo los protocolos establecidos por el Estado.

Fase 5: Medición y seguimiento de resultados

Por último, se realizará un seguimiento al desarrollo del plan y se tomará en cuenta todo el proceso, desde la primera estrategia utilizada hasta el cierre y medición de la recaudación de cada evento.

Etapa 2 – Mejorar

Impulsar e implementar nuevas medidas para la inversión en el sector cultural

- Macro Procesos: Replantear las condiciones laborales de los artistas.
- Procesos Medianos: Utilizar las herramientas ya existentes para emprender y refinanciar.
- Procesos Específicos: Gestionar talleres de empleabilidad y formalizar el sector.

Fase 1: Analizar la situación y las condiciones laborales de músicos.

Se tomará la información obtenida en la base de datos para enfocar el plan estratégico en los requerimientos más urgentes del sector, especialmente en la situación laboral de los artistas y en sus posibles soluciones.

Fase 2: Presentar un proyecto presupuestal adicional para artistas independientes.

Dentro de la problemática, se ha determinado que los artistas independientes son los que han sufrido las pérdidas económicas más significativas en la cadena de esta industria, es por ello que dentro de este plan se presentará un presupuesto piloto para artistas independientes que se vieron afectados por la pandemia.

Fase 3: Brindar asesorías a egresados de carreras artísticas.

Como parte del plan, también se incluirá un segmento especializado para los egresados de los distintos institutos y universidades que no han podido adaptarse al nuevo mercado laboral por la falta de oportunidades debido a la crisis. Esta fase incluirá talleres gratuitos y charlas para empezar a trabajar en el sector de manera formal.

Etapa 3 – Fortalecer

Reforzar el plan estratégico de comunicación, sensibilización y promoción de la música.

- Macro Procesos: Potenciar el sistema y la valoración cultural en la sociedad.
- Procesos Medianos: Repotenciar el manejo de nuevas tecnologías
- Procesos Específicos: Inculcar mediante talleres el rol del arte en la sociedad mediante una capacitación en gestión cultural.

Fase 1: Plantear un análisis situacional y realizar una investigación del impacto social en los artistas.

La reconexión con el consumidor es vital para que la industria musical se reactive, es por ello que el plan concluirá con un plan estratégico de comunicación y promoción, que pueda ayudar a fomentar el consumo de música en un mediano plazo conforme se vayan dando los permisos correspondientes.

Además, se investigará sobre el impacto social y psicológico en los artistas durante el periodo 2020-2021 para poder apoyar en la recuperación del sector.

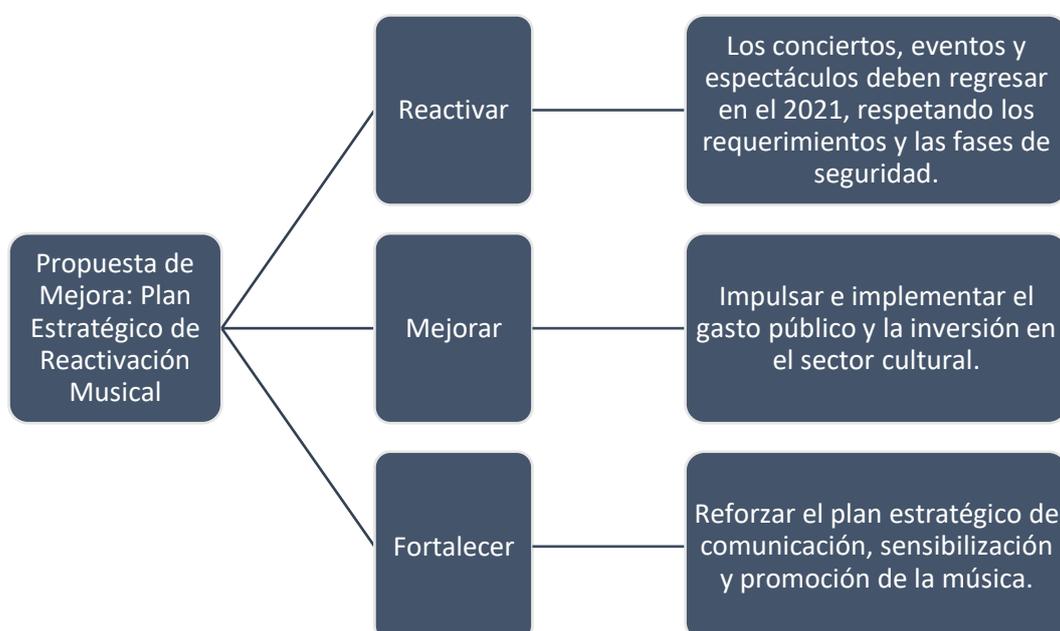
Fase 2: Brindar mayor información sobre música y sus beneficios en la sociedad utilizando distintas plataformas

La nueva forma de difusión dentro de la industria musical debe darse de forma estratégica, es por ello que el presente proyecto incluirá una fase de sensibilización, con el cual la población peruana pueda entender la importancia del arte en el bienestar de la sociedad. La misma se dará mediante conciertos de artistas independientes y conversatorios virtuales para dar a conocer el resurgimiento del sector en el país.

Fase 3: Medición y seguimiento del plan estratégico

Se realizará un seguimiento a cada uno de los 3 indicadores mencionados dentro del plan, con el objetivo de repotenciar el sistema actual de valoración cultural.

Figura 14: Propuesta de Mejora Fuente: Elaboración propia



Visión de las Fases del Plan de Reactivación

Para contextualizar el proyecto y su respectivo plan, este plan se divide en 3 etapas tomando en cuenta sus procesos, el alcance y tiempo.



Figura 15: Cuadro de Procesos Fuente: Elaboración propia

5.5 Impacto

Impacto económico

Esta propuesta buscará impactar positivamente en la economía de todos los involucrados en la industria del entretenimiento musical. Como en todo negocio, la ganancia o recuperación de inversión es el objetivo más importante y este plan buscará darle esa base para que puedan aplicarlo en sus respectivos proyectos musicales.

Se sabe que la industria musical se vio muy afectada por las restricciones impuestas para contener la propagación del virus. Sin embargo, los efectos que ha tenido requieren de un plan de reactivación más focalizado y personalizado y este plan busca plantear su modelo en esa dirección.

Impacto social

Este plan de propuesta representa un gran apoyo y un giro en los diferentes tipos de medidas ya establecidas por el Estado y es en ese aspecto que se buscará mejorar la calidad de vida de los músicos. También se brindará la mayor cantidad de información y pautas para que puedan reactivarse.

En cuanto al impacto, el proyecto busca influenciar positivamente en el desarrollo de la industria musical post pandemia, brindando soluciones viables y accesibles para cada involucrado dentro del sector.

CONCLUSIONES

Este proyecto de investigación tuvo como objetivo principal determinar el impacto y la relación entre el sector artístico musical peruano y sus efectos debido a la covid-19 tomando en cuenta la influencia de la música en la sociedad, el rol que cumple el Estado en la recuperación de su economía y las distintas herramientas con las que cuenta la industria para reactivarse.

Con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a una población de 60 músicos peruanos se puede afirmar que el sector artístico musical peruano se relaciona significativamente con el impacto económico social en el 2021 ocasionado por la pandemia y aunque ya está empezando a recuperarse, no será hasta el 2022 que la industria podrá generar ganancias significativas para sus actores.

También se pudo afirmar que el estado de emergencia ocasiona una tasa alta de desempleo en el sector musical debido al nivel de informalidad en el que se encontraba el sector. Sin embargo, esta situación ha planteado diversas soluciones para revertir dicha problemática y encaminar la industria a una metodología de trabajo más seria y rentable.

Por último, se puede confirmar que las plataformas virtuales son nuevas formas de ingreso económico para los artistas, puesto que sirvieron como única fuente económica. Sin embargo, esta nueva forma de negocio se encuentra en desarrollo y aún no se puede considerar rentable en todas las situaciones dentro de la industria.

RECOMENDACIONES

El arte en general y la industria musical en específico representa un pilar muy importante en la sociedad, el cual debe ser visto como tal ante la sociedad y el Estado. La reactivación de este sector debe ser tomado con la misma seriedad al igual que otros sectores.

Se recomienda, en principio que el Estado brinde un apoyo para que el arte pueda desarrollarse de forma correcta y alcance el nivel de crecimiento en el que se encontraba antes del inicio de la pandemia.

Se sugiere que los siguientes planes de reactivación posteriores a los ya establecidos, contemplen a todos los actores que forman parte de la industria, pues las medidas dentro de las fases que se han presentado hasta la mitad del 2021 no fueron suficientes para contener el impacto negativo y las pérdidas económicas en el rubro.

Se considera muy importante que los negocios aliados o los que suelen trabajar con este sector sigan trabajando en conjunto y en alianza con los distintos artistas, así como con todos los actores de un proyecto. Esto con la finalidad de brindar un apoyo colectivo y así poder recuperarse mutuamente después de la crisis.

VI. REFERENCIAS

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Alfaro, S., Alvarado, L., Borrás, G., Butterworth, J., Green, S., Huerta-Mercado, A., Jones, K., León, J., López, J. I., Mendivil, J., Mendoza, Z., Metz, K., Rohner, F., Romero, R. R., y Yrivarren, S. (2015). *Música popular y sociedad en el Perú contemporáneo*. Instituto de Etnomusicología, PUCP. Recuperado de: <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/134538/Libro%20-%20Musica%20Popular%20y%20Sociedad%20en%20el%20Peru.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Duran Huamantínco, A. L. (2015). *Optimizar la gestión del artista en la industria musical mediante un sistema web basado en el marketing artístico*. [Tesis para Licenciatura, Universidad Ricardo Palma]. Recuperado de: https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/2035/duran_al.pdf
- Fernández Gil, D. R., Garcilazo Carhuapoma, D. A., Morales Delgado, I. P., y Vasquez Tafur, M. (2016). *Crowdfunding como herramienta estratégica para la gestión sostenible de iniciativas culturales - Plataforma virtual de crowdfunding con base en eventos musicales en la ciudad de Lima*. [Proyecto profesional para Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Recuperado de: https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16456/Crowdfunding_herramienta_gesti%c3%b3n_Fernandez.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Foppiano, G. (2016). *Negocios Musicales: ¿se puede vivir del arte en el Perú?* (t.1). Editorial UPC. doi: <http://dx.doi.org/10.19083/978-612-318-053-9>
- Massé Fernández, A. J., Sáenz Apari, A. R., Cabello Córdova, C. A., y Alvarado Mendoza, J. J. (2013). *Planeamiento estratégico de la industria de la música en el Perú*. [Tesis de magíster, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Recuperado de: https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8658/ALVARADO_CABELLO_PLANEAMIENTO_MUSICA.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Sánchez Daza, G., Romero Amado, J., y Reyes Álvarez, J. (2019). Los artistas y sus condiciones de trabajo. Una aproximación a su situación en México. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*, 7(21), 69-89. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-80642019000300069&lang=es
- Yanac Talaverano, D. F. (2018). *Inserción en el mercado laboral de los egresados de la especialidad de música de la Pontificia Universidad Católica del Perú*. [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13585/Y%c3%81NAC_TALAVERANO_INSERTION_EN_EL_MERCADO_LABORAL_DE_LOS_EGRESADOS_DE_LA_ESPECIALIDAD_DE_MUSICA.pdf?Sequence=1&isallowed=y

ANEXOS

Referencias y enlaces bibliográficos externos

- Asociación Peruana de Autores y Compositores (2013). *APDAYC y su apuesta por el desarrollo de la industria musical en el Perú*. Recuperado de: <http://apdaycperu.blogspot.pe/2013/05/apdayc-y-su-apuesta-por-eldesarrollo.html>
- CONTEXTO N°7. (2020) *Impacto de la crisis en el sector cultura*. Recuperado de: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1476637/Contexto7_E_NAP_2020.pdf.pdf
- Espectáculos (16 de abril del 2020). Coronavirus en Perú: miembros de la Appeve proponen diálogo por la industria del entretenimiento. *Perú 21*. Recuperado de: <https://peru21.pe/espectaculos/coronavirus-peru-miembros-de-la-appeve-proponen-dialogo-por-la-industria-del-entretenimiento-asociacion-peruana-de-produccion-de-eventos-y-espectaculos-nndc-noticia/>
- *Indicadores de cultura para el desarrollo: resumen analítico de Perú* (2020). UNESCO:Ministerio de Cultura del Perú. Recuperado de: https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cdis/resumen_analitico_iucd_peru_web_1.pdf
- Ministerio de Cultura (2021) *Plan de recuperación al 2030*. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/cultura/campa%C3%B1as/4356-plan-de-recuperacion-al-2030>

- *Perú: plan de reactivación* (abril del 2020). [Archivo PDF]. Recuperado de:
https://resources.finalsite.net/images/v1589400400/lima/wzu3c33dstiunl-yhxyuu/Peru_Plan_de_Reactivacion_Economica.pdf

6.2.1 Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
TÍTULO: Efectos sociales y económicos sobre el sector artístico musical peruano a causa del COVID-19 en el 2021.					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE 1: Sector artístico-musical peruano		
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario Encuesta
¿De qué manera se ve afectado el sector artístico musical peruano debido a la COVID-19?	Determinar el impacto y la relación entre el sector artístico musical peruano y sus efectos debido a la COVID-19.	El Sector artístico musical peruano se relaciona significativamente con los efectos sociales y económicos debido al COVID-19.	Industria Musical y Eventos	Trabajadores dependientes e independientes de la industria	¿Los artistas, productoras, promotoras se han visto afectados por la pandemia?
				Conciertos, Festivales, muestras y puestas afectados	¿Se ha dado un impacto en los eventos artístico-culturales?
			Oferta y Demanda	Ingresos económicos, tasa de crecimiento e interés del público	¿Se puede calcular la disposición del público a consumir arte?
					¿Considera que hubo un crecimiento de la economía en el sector cultural?
Plataformas digitales	RRSS	¿Es correcto el uso de redes sociales como nuevas plataformas para generar ingresos?			
Problema específicos	Objetivos Específicos:	Hipótesis específicas:	VARIABLE 2: Efectos sociales y económicos al sector debido a la Covid-19		
¿De qué forma la cancelación de conciertos, muestras y eventos masivos programados afecta al sector artístico-musical peruano?	Determinar el impacto que genera la cancelación y postergación de eventos masivos agendados para el 2021	El Sector artístico musical peruano se relaciona significativamente con el impacto económico social en el 2021.	Empleabilidad e impacto en el 2020	Pérdidas	¿Se dieron pérdidas económicas considerables en la industria en el 2020?
				Estancamiento del desarrollo	¿Hubo un estancamiento en el desarrollo del sector en el último año?
				Tasa de Desempleo	¿Los artistas peruanos que perdieron su empleo por la crisis, tuvieron que adaptar su modelo de negocio o se reinventaron en otros rubros?
¿En qué sentido el Covid 19 influye en el desempleo y la reactivación gradual del sector artístico musical?	Analizar el desempleo en el sector musical a consecuencia del Covid y determinar una posible reactivación gradual.	El estado de emergencia ocasiona una tasa alta de desempleo en el sector musical y tardará en recuperarse.	Agenda 2021	Impacto general	¿Cuáles han sido los efectos más importantes en el sector durante el primer trimestre del 2021?
				Reprogramación	¿Se dieron cambios en la programación de todos los eventos enlistados para el 2020 y del 2021?
¿Cuál sería el nuevo enfoque de las actividades artístico-musicales en el mercado peruano?	Observar y determinar si se puede generar ingresos vía streaming y su rentabilidad.	Las plataformas virtuales son nuevas formas de ingreso económico para los artistas.	Reactivación en el sector artístico	Medidas de restricción y protocolos tomadas por el Gobierno	¿Cree que existe un plan de desarrollo y medidas para la reactivación del sector?
				Reactivación de la industria	¿Considera que la reactivación se está dando de forma óptima?

6.2.2 Instrumentos de recolección de datos

HOJA DE PREGUNTAS - ENCUESTA

CUESTIONARIO: 10 preguntas realizadas a 60 músicos de la escena local.

1	¿En qué medida la industria, conformada por artistas, productoras y promotoras, se ha visto afectada por la pandemia?
2	¿Se ha dado un fuerte impacto social en los artistas y los eventos musicales por la COVID-19?
3	¿Se dieron cambios en la programación de los eventos enlistados para el 2020? Detalle cuales.
4	¿Existe disposición del público a consumir y/o pagar por música en 2021?
5	¿Considera que la industria musical tuvo pérdidas económicas en el periodo 2020-2021?
6	¿Cuáles han sido los efectos más importantes en el sector durante la primera mitad del 2021?
7	¿En qué situación cree que se encuentra la industria musical?
8	¿Cree que existe un plan de desarrollo y medidas concretas para la reactivación del sector? Detalle cuales.
9	¿Es rentable el uso de plataformas digitales y/o redes sociales para generar ingresos?
10	¿Tuviste que adaptarte a un nuevo modelo de negocio o reinventarte en otro rubro para generar ingresos? Detalle cual.
11	¿Considera que la reactivación parcial o total de la industria musical se está aplicando de forma óptima? Detalle por qué.

Tabla 11 – Cuestionario de encuesta

Fuente: Elaboración Propia

6.2.3 Validación de expertos

INFORME DE JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del experto: Mg. Bib. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio
-
- 1.2. Cargo e institución del experto: Docente – ISIL
-
- 1.3. Nombre del instrumento: Cuestionario para determinar los efectos sociales económicos sobre el sector artístico musical peruano a causa del covid-19 en el 2021.
-
- 1.4. Autor del instrumento: Baza Zubiaurr, Carlos Enrique
-
- 1.5. Título de la investigación: Efectos sociales y económicos sobre el sector artístico musical peruano a causa del covid-19 en el 2021.
-

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficient	Regular	Buen	Muy buen	Excelent
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado específico.					x
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado conductas observables.					x
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica					x
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					x
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos					x
8. COHERENCIA	Entre los índices indicadores y dimensiones	x				
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde propósito del diagnóstico					x
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de investigación.					x
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						85%

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	x		
Ítem 2	x		
Ítem 3	x		
Ítem 4	x		
Ítem 5	x		
Ítem 6	x		
Ítem 7	x		
Ítem 8	x		
Ítem 9	x		
Ítem 10	x		
Ítem 11	x		
Ítem 12	x		
Ítem 13	x		
Ítem 14	x		
Ítem 15	x		
Ítem 16	x		
Ítem 17	x		
Ítem 18	x		
Ítem 19	x		
Ítem 20	x		
Ítem 21	x		
Ítem 22	x		
Ítem 23	x		
Ítem 24	x		
Ítem 25	x		
Ítem 26	x		

Ítem 27	x		
Ítem 28	x		

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85 %. V: OPINIÓN DE

APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: 07.07.2021

DNI N° 41981490

Firma del experto



Mg. Bib. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio