

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



**ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**IMPORTANCIA DEL MARKETING DIGITAL
EN MÚSICOS INDEPENDIENTES DEL
CERCADO DE LIMA, 2022**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

TORRES LAPA OMAR ALEXANDER
CÓDIGO ORCID: 0000-0001-7952-6248

ASESOR: Mg.

DE LA ROSA VALVERDE CECILIA MELCHORA
CÓDIGO ORCID: 0000-0002-3164-6053

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN EMPRESARIAL Y
ECONOMÍAS EMERGENTES**

LIMA, PERÚ

JUNIO, 2022

RESUMEN

Esta investigación surge en respuesta al abandono que tiene este sector musical en nuestro país, he observado y experimentado lo difícil que puede ser músico y lo caótico que puede ser para un cantautor o músico esforzarse y no tener respuesta a su esfuerzo. Como objetivo del trabajo de investigación es responder a la interrogante ¿Por qué es muy importante incorporar el marketing digital en el proyecto musical del músico independiente?

En la actualidad las redes sociales y los medios digitales de música, abarcan gran parte de nuestro día a día, brinda información, ofrecen productos, reproducen música, nos permite ver videos.

Hay distintos públicos objetivos como distintos géneros musicales y diferentes estrategias de marketing, lo importante es saber elegir cual es la estrategia correcta para cada proyecto musical.

En mi práctica cotidiana en la música he realizado un sondeo para reforzar el contenido de mi trabajo de investigación; considerándolo como un aporte a la investigación y para el público al cual me dirijo. Se realizó la aplicación de una entrevista a 12 músicos independientes de diferentes géneros, los entrevistados respondieron 10 preguntas abiertas, redactando sus respuestas y otras informaciones, se concluye que usar marketing digital es de menor costo, desarrolla posicionamiento, incrementa las reproducciones de sus canciones y el número de oyentes.

El presente trabajo está desarrollado con el siguiente esquema:

Resumen, Abstract, Introducción, Antecedentes Nacionales, Antecedentes Internacionales, bases teóricas, Conclusiones, Aporte de la investigación, Recomendaciones y Referencias Bibliográficas.

Palabras claves

Marketing digital, músicos independientes, industria musical, estrategias.

ABSTRACT

This research arises in response to the abandonment of this musical sector in our country, I have observed and experienced how difficult it can be for a musician and how chaotic it can be for a singer-songwriter or musician to make an effort and not have a response to their effort. The objective of the research work is to answer the question:

¿Why is it very important to incorporate digital marketing in the musical project of the independent musician?

Currently, social networks and digital music media cover a large part of our day to day life, providing information, offering products, playing music, allowing us to watch videos.

There are different target audiences such as different musical genres and different marketing strategies, the important thing is to know how to choose the correct strategy for each musical project.

In my daily practice in music I have carried out a survey to reinforce the content of my research work; considering it as a contribution to the investigation and to the public to which I am addressing. An interview was applied to 12 independent musicians of different genres, the interviewees answered 10 open questions, writing their answers and other information, it is concluded that using digital marketing is lower cost, develops positioning, increases the reproductions of their songs and the number of listeners.

The present work is developed with the following scheme:

Abstract, Abstract, Introduction, National Background, International Background, theoretical bases, Conclusions, Research Contribution, Recommendations and Bibliographic References.

Keywords

Digital marketing, independent musicians, music industry, strategies.