UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

República bolivariana de Venezuela

Ministerio del Poder Popular de la Educación

Universidad José Antonio Páez

Facultad de ingeniería

Ecosistema Digital para la Comercialización de Beats

Autores:

Enrique González - C.I: 31456812

Angelo Polgrossi - C.I: 31504893

Sony Gómez - C.I: 31268878

Samuel Molina - C.I: 30922402

José Farrauto – CI: 30.696.288

ÍNDICE

Resumen

Esta tesis analiza la viabilidad y las estrategias necesarias para la implementación de un marketplace digital especializado en la comercialización de beats musicales. El proyecto propone una solución innovadora a los problemas actuales que enfrentan tanto los productores de beats como los artistas que los adquieren, ofreciendo una plataforma equitativa, segura y accesible.

El estudio comienza con un análisis detallado de las barreras existentes en el mercado de beats, destacando la falta de espacios adecuados que faciliten la conexión directa entre productores y artistas. Se identifican las limitaciones de las plataformas actuales, que generan desventajas para los pequeños productores y dificultades para los artistas que buscan opciones accesibles y transparentes.

A partir de esta problemática, se plantea como objetivo general desarrollar un ecosistema digital que permita la comercialización eficiente de beats, optimizando la interacción entre los actores involucrados. A través de un enfoque interdisciplinario, que incluye el análisis de mercado, la evaluación de tecnologías emergentes y la formulación de estrategias de marketing digital, se busca proponer un modelo viable de marketplace que fomente la democratización del acceso a la música.

Entre los resultados esperados, se encuentra la validación de la propuesta como una solución efectiva para mejorar la comercialización de beats, reduciendo la fragmentación del mercado y potenciando la colaboración entre productores y artistas. Asimismo, se espera que este marketplace contribuya al crecimiento de la industria musical, brindando nuevas oportunidades de desarrollo económico y artístico en la era digital.

INTRODUCCIÓN

La industria musical ha experimentado una transformación significativa en las últimas décadas, impulsada por la digitalización y el cambio en los hábitos de consumo. Sin embargo, a pesar de estos avances, los productores de beats y los artistas independientes enfrentan desafíos persistentes que limitan su capacidad para monetizar su trabajo y alcanzar una audiencia más amplia. Entre estos desafíos se encuentran la falta de acceso a plataformas de distribución eficientes, la competencia desleal y la dificultad para conectar con potenciales compradores de manera directa.

En este contexto, surge la necesidad de una solución innovadora que facilite la comercialización de beats musicales, permitiendo a los productores y artistas maximizar su potencial creativo y económico. Un marketplace de beats musicales se presenta como una respuesta efectiva a estos problemas, ofreciendo una plataforma digital donde los productores pueden vender sus creaciones directamente a los artistas, sin intermediarios y con mayor transparencia.

Este estudio tiene como objetivo analizar la viabilidad y las estrategias de marketing para la implementación de un marketplace de beats musicales, destacando cómo esta plataforma puede transformar la industria musical al proporcionar un espacio accesible y equitativo para todos los involucrados. A través de un análisis detallado del mercado, la tecnología y las estrategias de marketing digital, se demostrará cómo un marketplace de beats puede resolver los problemas actuales y abrir nuevas oportunidades para productores y artistas en la era digital.

**CAPÍTULO I**

**EL PROBLEMA**

**1.1 Planteamiento del problema**

En la industria musical contemporánea, los beats han evolucionado para convertirse en un componente esencial en la creación de nuevas producciones musicales. Sin embargo, los procesos de comercialización y acceso a estos productos digitales presentan una serie de desafíos tanto para los productores como para los artistas. Tradicionalmente, la distribución de beats ha estado fragmentada y sujeta a plataformas centralizadas o acuerdos individuales, lo que genera problemas en términos de acceso, equidad, y transparencia en las transacciones.

Uno de los problemas principales es la falta de un espacio digital accesible y equitativo donde los productores puedan comercializar sus beats de manera efectiva y segura. Las plataformas existentes no priorizan a los pequeños productores, quienes se enfrentan a barreras para alcanzar audiencias amplias debido a la sobresaturación de contenido y la carencia de recursos financieros para posicionar sus trabajos a través de campañas de marketing. Por otro lado, los artistas enfrentan desafíos similares al intentar acceder a beats de calidad, ya que se encuentran con precios elevados, contratos poco claros y falta de herramientas para verificar la autenticidad y la propiedad de los beats adquiridos.

Además, existe una brecha tecnológica que impide una interacción fluida entre los productores de beats y los artistas que buscan adquirirlos. Aunque el sector musical ha avanzado en su digitalización, el mercado de los beats aún no ha desarrollado un ecosistema digital que facilite la conexión directa entre estos actores, lo que genera un espacio fragmentado y plagado de intermediarios que benefician a terceros en detrimento de los creadores de contenido. Este contexto dificulta el crecimiento económico y artístico de ambos sectores, y plantea la necesidad de una solución más eficiente.

En resumen, existe una carencia de un espacio digital eficiente y accesible que permita la comercialización de beats musicales de manera justa, equitativa y segura, que a su vez facilite nuevas oportunidades de colaboración y desarrollo en la industria musical.

**1.2 Formulación del problema**

Ante esta problemática, el estudio plantea la siguiente pregunta central:

¿Cómo puede un marketplace de beats musicales convertirse en una solución efectiva que permita a productores y artistas acceder a un espacio de comercialización eficiente, generando nuevas oportunidades de colaboración y crecimiento económico?

De esta pregunta principal, surgen una serie de interrogantes secundarias que son esenciales para el análisis:

* ¿Qué características debe tener un marketplace de beats para satisfacer las necesidades tanto de productores como de artistas?
* ¿Cómo puede un marketplace de beats diferenciarse de las plataformas existentes en términos de accesibilidad, transparencia y facilidad de uso?
* ¿Qué estrategias de marketing digital son más adecuadas para atraer y retener a los usuarios en una plataforma de este tipo?
* ¿De qué manera puede un marketplace de beats contribuir al crecimiento y desarrollo de la industria musical en su conjunto?

**1.3 Objetivos de la investigación**

La investigación tiene como propósito central evaluar la viabilidad y las estrategias necesarias para implementar un ecosistema digital que facilite la comercialización de beats musicales de manera eficiente y equitativa, brindando oportunidades de desarrollo económico y artístico tanto a productores como a artistas. Para lograr este propósito, se definen los siguientes objetivos.

**1.3.1 Objetivo general**

Analizar la viabilidad y desarrollar las estrategias de marketing adecuadas para implementar un marketplace de beats musicales que facilite la interacción entre productores y artistas, promoviendo una comercialización justa, accesible y transparente.

**1.3.2 Objetivos específicos**

* Identificar las principales barreras y problemas que enfrentan los productores y artistas en la comercialización de beats en la actualidad.
* Determinar las características y funcionalidades que debe tener un marketplace de beats para satisfacer las necesidades tanto de productores como de artistas.
* Evaluar las tecnologías digitales más adecuadas para el desarrollo y funcionamiento eficiente de una plataforma de beats.
* Proponer estrategias de marketing digital que permitan atraer y retener a los usuarios dentro de la plataforma, fomentando la colaboración entre productores y artistas.
* Analizar el impacto potencial de un marketplace de beats en la industria musical y su capacidad para abrir nuevas oportunidades de crecimiento.

**1.4 Justificación de la investigación**

La investigación propuesta es altamente relevante debido a la creciente importancia de los beats musicales en la creación artística moderna y a la ausencia de un espacio adecuado que facilite su comercialización. Actualmente, los productores de beats enfrentan obstáculos significativos para posicionar su trabajo en el mercado, mientras que los artistas experimentan dificultades para acceder a productos de calidad de manera accesible y segura. Un marketplace dedicado a los beats musicales tiene el potencial de democratizar el acceso a la música, eliminando intermediarios innecesarios y permitiendo que los creadores mantengan el control sobre su obra.

Este estudio es importante no solo para productores y artistas, sino también para la industria musical en su conjunto. El desarrollo de un ecosistema digital que ofrezca soluciones innovadoras puede transformar la manera en que se distribuyen los beats, contribuyendo a la evolución del mercado musical hacia un modelo más equitativo y eficiente. Además, el enfoque en estrategias de marketing digital garantiza que la plataforma sea competitiva en un entorno cada vez más digitalizado y globalizado.

**1.5 Alcance de la investigación**

El alcance de esta investigación se centra en el análisis de la viabilidad técnica y comercial de un marketplace de beats musicales. A través de un enfoque interdisciplinario que abarca tanto el estudio del mercado como la implementación tecnológica y las estrategias de marketing digital, se busca generar una propuesta integral que permita la creación de un ecosistema digital eficiente.

El estudio abordará los aspectos relacionados con la identificación de las necesidades de los productores y artistas, la selección de tecnologías adecuadas para el desarrollo de la plataforma, y la formulación de estrategias de marketing. Sin embargo, no se profundizará en el desarrollo de la infraestructura técnica en detalle, sino que se enfocará en la validación del concepto y la propuesta de soluciones factibles.

**1.6 Limitaciones de la investigación**

A pesar de la amplitud de los temas abordados, esta investigación enfrenta varias limitaciones. En primer lugar, la disponibilidad de datos sobre el mercado de beats musicales puede ser limitada, ya que gran parte de las transacciones actuales ocurren de manera informal o en plataformas descentralizadas. Esto puede afectar la precisión del análisis de mercado y la estimación de la demanda real.

Otra limitación importante está relacionada con la velocidad de evolución tecnológica. Si bien se evaluarán las tecnologías más avanzadas disponibles en la actualidad, es posible que surjan nuevas soluciones tecnológicas que alteren el panorama antes de la implementación del marketplace. Finalmente, la investigación no abarca el desarrollo técnico completo del marketplace, lo cual requerirá de estudios adicionales en áreas como ciberseguridad, usabilidad y arquitectura de sistemas.