



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERIA
ECONÓMICA Y DE NEGOCIOS

“¿Cuáles son los factores socioeconómicos que ayudan a predecir la asistencia juvenil a conciertos masivos de música en vivo durante el período post COVID en el Perú? Evidencia de una muestra de estudiantes universitarios”

Tesis para optar el título profesional de:

INGENIERA ECONOMISTA

Presentado por:

Yely Carmen Anaya Marcelo (0009-0001-7277-9979)

Asesor:

Erick Wilfredo Lahura Serrano (0000-0001-9199-4677)

Lima – Perú

2023

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Lima, 26 de agosto de 2023

Los integrantes del Jurado de tesis:

Presidente	Maria Paula Vargas Romero
Miembro 1	César Ordoñez Zuñiga.
Miembro 2	Alexander Grande Espino.

Se reúnen para evaluar la tesis titulada:

“¿Cuáles son los factores socioeconómicos que ayudan a predecir la asistencia juvenil a conciertos masivos de música en vivo durante el período post COVID en el Perú? Evidencia de una muestra de estudiantes universitarios”

Presentado por las bachilleras.

Anaya Marcelo, Yely Carmen

Para optar al título profesional de
INGENIERO ECONOMISTA

Asesorado(a) por:

PhD. Erick Lahura Serrano

Luego de haber evaluado el informe final de tesis y evaluado el desempeño de(l) (los) estudiante de la Carrera de **Ingeniería Económica y Negocios** en la sustentación, concluyen de manera unánime (X) por mayoría simple () calificar a:

Tesista:	Anaya Marcelo, Yely Carmen		
Nota (en letras):	DIECISIETE		
Aprobado ()	Aprobado - Muy buena (X)	Aprobado - Sobresaliente ()	Desaprobado ()

Los miembros del jurado firman en señal de conformidad.

Mg. María Paula Vargas
Presidente(a) del Jurado

PhD. Erick Lahura Serrano
Asesor

Mg. César Ordoñez Zuñiga
Miembro 1

Mg. Alexander Grande Espino.
Miembro 2

ANEXO: FORMATO DE DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS / TRABAJO DE INVESTIGACIÓN¹

Lima, 31 de agosto del 2023

Señor,
Percy Mayta Tristán

**Director General de Investigación, Desarrollo e Innovación
Universidad Científica del Sur
Presente. –**

De nuestra consideración,

Yo: Yely Carmen Anaya, bachiller de la carrera de Ingeniería Económica y de Negocios de la Universidad Científica del Sur, en conjunto con el asesor PhD. Erick Wilfredo Lahura Serrano, declaramos que este trabajo de investigación titulado: "¿Cuáles son los factores socioeconómicos que ayudan a predecir la asistencia juvenil a conciertos masivos de música en vivo durante el período post COVID en el Perú? Evidencia de una muestra de estudiantes universitarios", sustentado para obtener el título de Ingeniero Economista es original.

Es decir, no contiene plagio parcial ni total, cuando se utilizó información de fuentes externas se reconoció la autoría mediante la adecuada citación y los resultados obtenidos son producto entero de mi (nuestra) investigación y no han sido falseados ni fabricados. Todo esto en cumplimiento del Código de ética en la investigación, Reglamento del Comité de Integridad Científica, Reglamento de Propiedad Intelectual, Normas y procedimientos de los trabajos de investigación para la obtención de títulos profesionales y grados académicos², que afirmamos conocer en su totalidad.

Por ello, en caso de identificarse alguna situación de plagio, falsificación o fabricación de resultados, nos allanamos al proceso de investigación que establezca la Universidad y las posibles sanciones que pudieran surgir.

Firmamos en conformidad con lo declarado,


Firma tesista
DNI: 70811646


Firma del asesor de tesis
DNI: 09952822

¹ En conformidad con la Resolución del Consejo Directivo N° 084-2022-SUNEDU/CD

² Los documentos están en: <https://investigacion.cientifica.edu.pe/reglamentos/>

INFORME DE REVISIÓN DE ORIGINALIDAD

Título del documento evaluado. ¿Cuáles son los factores socioeconómicos que ayudan a predecir la asistencia juvenil a conciertos masivos de música en vivo durante el período post COVID en el Perú? Evidencia de una muestra de estudiantes universitarios

Autores. Yely Carmen Anaya Marcelo.

Mecanismo de revisión de originalidad. Evaluación con Turnitin (ID 2179821035).

Resultado de la evaluación. 7%

Revisado por. Dr. Helbert Rubén Borja García.

Comentarios sobre la revisión. Filtros usados: excluir fuentes de menos de 12 palabras, se excluyeron citas.



¿Cuáles son los factores socioeconómicos que ayudan a predecir la asistencia juvenil a conciertos masivos de música en vivo durante el período post COVID-19 en el Perú? Evidencia de una muestra de estudiantes universitarios.

Yely Anaya¹, Erick Lahura², Rosario Sabrera³

Setiembre, 2023

Resumen

El objetivo de esta investigación es determinar los factores socioeconómicos que ayudan a predecir la asistencia juvenil a conciertos masivos de música en vivo durante el período post COVID en el Perú. Para ello, se analiza la “Encuesta sobre consumo de música” aplicada por el Grupo de Investigación Economía y Finanzas de la Universidad Científica del Sur, la cual recopila la información de 269 estudiantes y egresados universitarios de la carrera de Ingeniería Económica y de Negocios de dicha casa universitaria. El análisis empírico se basa en la estimación de un modelo de regresión binario a través de la metodología de máxima verosimilitud. Los resultados muestran que la asistencia a conciertos tiene un comportamiento persistente pues haber asistido a un concierto masivo antes de la pandemia aumenta la probabilidad de asistir a uno luego de la pandemia. Además, la probabilidad de asistir a un concierto masivo depende de la situación laboral, del medio de consumo de música, de la edad y del lugar de residencia.

Palabras clave: Música en vivo, Covid-19, Estudiantes universitarios.

¹ Bachiller en Ingeniería Económica y de Negocios, Universidad Científica del Sur. Correo: 180000067@cientifica.edu.pe

² Autor corresponsal. Profesor, Departamento de Ingeniería Económica y Contabilidad Corporativa. Investigador Asociado, Universidad Científica del Sur. Correo: elahura@cientifica.edu.pe

³ Ingeniera Economista, Departamento de Ingeniería Económica y Contabilidad Corporativa. Universidad Científica del Sur. Correo: rsabrera@cientifica.edu.pe

Abstract

The main goal of this study is to explore the socioeconomic factors that help to predict youth attendance at massive live music concerts during the post-COVID period in Peru. The data was obtained from the "Survey on music consumption", applied by the Economics and Finance Research Group of the Scientific University of the South. The survey contains information for 269 students and alumni from the Economic and Business Engineering degree. The empirical analysis is based on the estimation of a binary regression model using maximum likelihood. The results show that concert attendance is persistent: having attended a massive concert before the pandemic increases the probability of attending one after the pandemic. In addition, the probability of attending a massive concert depends on employment status, the means of music consumption, age, and place of residence.

Key words: Live music, Covid 19, University students.

1. INTRODUCCIÓN

La asistencia a conciertos masivos en vivo es una fuente de ingresos y empleo que, como la mayoría de las actividades que involucran una cercanía física entre personas, fue afectada severamente por la llegada de la pandemia del COVID-19 y las medidas de restricción de movilidad impuestas para evitar la diseminación del virus. Según Triguboff, et al. (2021) se estima que las industrias culturales y creativas (ICC), incluida la música, sufrieron una pérdida en ingresos y ventas del 80%, afectando 2,6 millones de puestos de trabajo en el mundo. Luego del levantamiento de restricciones, la industria musical mostró una recuperación importante, registrando un crecimiento de 9% a nivel mundial (BAE negocios, 2023).

En el Perú, la preocupación por la industria musical se incrementó incluso antes de la pandemia, como lo refleja el seguimiento de los principales indicadores de acceso y consumo de bienes y servicios culturales que el Ministerio de Cultura del Perú (Mincul) viene realizando desde el año 2016 (Zúñiga et al., 2022). La industria musical en el Perú también ha mostrado signos de recuperación luego de la pandemia (La República, 2022). En este contexto, la promoción de estudios sobre la industria de la música puede contribuir en el diseño de medidas privadas y públicas orientadas reactivar y consolidar dicho sector.

La presente investigación tiene como objetivo identificar los factores sociales y económicos que ayudan a predecir la asistencia de los estudiantes universitarios a conciertos de música en vivo, luego del confinamiento social producto del Covid-19. Para ello, se plantea utilizar como fuente secundaria la información de la “Encuesta sobre consumo de música” aplicada por el Grupo de Investigación Economía y Finanzas de la

Universidad Científica del Sur. El análisis empírico se basará en la estimación de un modelo de regresión binaria probit estimado por máxima verosimilitud.

Luego de la revisión de diferentes investigaciones sobre el consumo de música y desde un marco de análisis económico, las variables predictoras y explicativas de la asistencia a los conciertos en vivo pueden ser agrupadas en: (i) variables de oferta, que incluyen características del artista como la calidad musical y apariencia física, y la novedad del espectáculo, y (ii) variables de demanda asociadas a los asistentes: hábito o historia de asistencia a conciertos, interés por eventos en vivo, nivel educativo, asistencia a clases de arte, influencia de los padres, influencia social, entre otras. El presente estudio aporta al análisis de la asistencia a conciertos en vivo, tomando en cuenta el periodo luego del confinamiento social como resultado de la pandemia del Covid-19. Además, hasta donde se tiene conocimiento, es uno de los pocos estudios empíricos que analiza la industria de la música usando un enfoque cuantitativo en el Perú.

El resto del documento está organizado de la siguiente manera. En la segunda sección se presenta el marco teórico y en la tercera la revisión de la literatura. En la cuarta sección se describen los datos utilizados y en la quinta se explica la metodología aplicada en el estudio. Finalmente, en las secciones seis y siete se presentan los resultados y las conclusiones.

2. MARCO TEÓRICO

El mercado de entretenimiento asociado a espectáculos de arte y, en particular, al consumo de conciertos de música, ha sido estudiado académicamente desde diferentes disciplinas como la economía, los negocios, cultura y artes, sociología, medios de comunicación y política. Desde una perspectiva macroeconómica, se han realizado investigaciones que han tenido objetivos como (1) entender el impacto económico de los conciertos de música y (2) determinar su contribución en la economía en general. Desde una perspectiva sectorial, existen estudios sobre las motivaciones, preferencias y comportamiento de los asistentes a espectáculos de música, cuyo objetivo es predecir su demanda e implementar estrategias para fortalecer la industria (Van Der Hoeven et al., 2021).

La presente investigación se enfoca en identificar los predictores de la asistencia a conciertos de música en vivo luego de la pandemia del Covid-19, para ello es necesario conocer los enfoques y teorías que están detrás de su estudio. Desde una perspectiva general, Schippers (2015) analiza ocho motivos que fueron discutidos en la literatura para explicar la asistencia a espectáculos artísticos, los cuales se detallan en Tabla 1.

Tabla 1
Motivos para la asistencia a espectáculos de arte

Motivos	Descripción
Estética	La presentación en vivo tiene la capacidad de estimular sentidos, generando placer y disfrute por su estética.
Estimulación cognitiva	Las composiciones pueden estar inspiradas en cuestiones políticas y sociales, atrayendo personas a espacios artísticos para el disfrute del enriquecimiento intelectual.
Escape	Los espacios artísticos son una manera de salir de lo cotidiano, implica distracción y una forma de despejar la mente.
Trascendencia	El arte intensifica las emociones, permitiendo que la gente se deje llevar, es decir, estar en trance o en otro mundo.
Interacción social	Los espectáculos de arte son un espacio que fortalece la identidad colectiva de los asistentes a partir de intereses comunes, además es una manera de establecer lazos con la familia y amigos.
Estatus de fan	La asistencia a un espectáculo es una forma de distinguirse como fan del artista y fortalecer su status mediante por ejemplo la publicación de imágenes en redes sociales.
Entretenimiento	Es la búsqueda de diversión, entretenerse y pasarla bien.
Variedad y novedad	Es la búsqueda de nuevas experiencias y que estas sean originales.

Nota: Adaptado de Schippers (2015), con base en Earl (2001), Rooij (2013) y Kulczynski (2014).

Para el caso específico de asistencia a concierto de música existen diferentes estudios que identifican diversas motivaciones vinculadas a las detalladas en la Tabla 2, cuya clasificación no es única. Por ejemplo, Earl (2001), Kulczynski (2014) y Schippers (2015) identifican como motivaciones para asistir a conciertos de música: (i) la habilidad física del artista o la calidad de la banda, (ii) el atractivo físico del artista o miembros de la banda (sex appeal), (iii) ser fan del artista, (iv) acceder a un espacio donde puede desinhibirse (por ejemplo, cantando,

bebiendo alcohol, etc), y (v) la nostalgia que le genera la música. La tabla 2 resume las variables predictoras y explicativas de la asistencia a conciertos de música identificada en investigaciones recientes, además se indican las dimensiones en la cuales estas han sido agrupadas.

Tabla 2

Determinantes de la asistencia a conciertos de música

Estudios recientes	Dimensiones abordadas	Variables abordadas
Roose & Stichele (2010) Schippers (2015) Kulczynski, et al. (2016) Trinh & Lam (2016) Brown & Knox (2017) Mulder & Hitters (2021)	Cultural, social, económico, características sociodemográficas, artístico y personal.	Género, edad, ocupación, ingresos, condición familiar, nivel de estudio, participación de padres en espectáculos de arte, práctica del arte, asistencia previa, nostalgia, estética, escape, atractivo físico del artista, interacción social, comportamiento desinhibido.

Por un lado, los trabajos de Schippers (2015), Kulczynski, et al. (2016), Brown & Knox (2017) y Mulder & Hitters (2021) han centrado su atención en determinantes culturales, sociales, artísticos y comportamientos personales, demostrando la significancia de varios de ellos en la explicación de la asistencia de conciertos de música. Por otro lado, el estudio de Roose & Stichele (2010) analiza diversas dimensiones, entre ellas incluye el capital cultural, el cual enfatiza en características del individuo relacionadas al arte, como si es que ha tenido formación artística profesional o de aficionado, además de si sus padres participan en espectáculos de arte. Este trabajo, también incluye el enfoque de la satisfacción de ingresos, como instrumento para medir subjetivamente la

capacidad económica del individuo. Mientras que la investigación de Trinh & Lam (2016) incluye como determinante el paradigma del comportamiento pasado.

En suma, no existe un marco teórico único que permita analizar los predictores y determinantes de la asistencia a un concierto de música, sino un conjunto de investigaciones que han ido aportando a este objetivo.

3. REVISIÓN DE LA LITERATURA

En la literatura, el estudio del consumo de música ha recibido importante atención dado su potencial valor en la industria de las artes. En esta línea, el trabajo de Van Der Hoeven, et al. (2021), luego de revisar una serie de investigaciones, determina que la medición del impacto de la música resulta compleja y polifacética, ya que viene siendo estudiada desde diversos enfoques. Además, en la última década el crecimiento del sector digital ha logrado mayor atracción del público debido a que el consumo de música en estos medios resulta una experiencia más ágil, que a su vez impacta en las diferentes propuestas del mercado de la música. De este modo, recientes investigaciones identifican el efecto causal del consumo de música digital en las ecologías de la industria. Por un lado, el trabajo de Aguiar (2017) muestra que los usuarios de una plataforma de música gratuita visitaron menos canales alternativos, como sitios web con y sin licencia, luego de las restricciones en su transmisión. Mientras que, Christensen (2022) mediante un experimento natural y a partir de datos recopilados entre el 2006 y 2012, demuestra que el crecimiento y difusión del *streaming* ha impactado positivamente en la demanda de conciertos de música en vivo. Estos hallazgos son relevantes en la comprensión del dinamismo de la industria de la música, sin embargo, no son suficientes, ya que, como resultado de la pandemia del Covid-19 la industria de las artes se ha configurado repercutiendo en los estímulos del consumo de música.

En relación con las investigaciones que han estudiado el consumo durante la pandemia se han encontrado trabajos descriptivos y prospectivos. Así, entre los primeros hallazgos el artículo de Gu et al. (2021) luego de entrevistar a músicos, organizadores, empresarios y otros agentes de la industria musical de China determina que la pandemia ha afectado gravemente al sector independiente y se espera que muchos locales cesen su actividad.

Asimismo, durante el confinamiento escuchar música fue una de las principales rutinas de entrenamiento (Elogia, 2020, citado en Castro-Martínez, 2020), por ello trabajos como el de Castro-Martínez et al. (2020) basado en el análisis de perfiles de redes sociales descubre que por el lado de la oferta los eventos virtuales que se han mantenido en el tiempo han logrado mejor fidelización del público frente a los que se han transmitido en una fecha en específico. En tanto, en cuestiones de la demanda Vandenberg et al. (2021), examina las prácticas sociales de los conciertos transmitidos en línea, analizando los comentarios publicados; de esta manera encuentra que esta propuesta genera conciencia colectiva entre sus consumidores. A este trabajo se suma, los resultados de la investigación de Swarbrick, et al. (2021), demostrando que los conciertos virtuales produjeron mayor conexión social entre los asistentes. Por su parte, Davies (2021) explora las posibilidades futuras de la industria, planteando que se espera políticas integradas entre el gobierno y el sector privado, buscando así la promoción de iniciativas responsables con el entorno social, como pueden ser los festivales comunitarios.

En definitiva, la música ha cumplido un importante rol social durante el confinamiento, y actualmente, el fenómeno *sold out* en los conciertos en vivo motiva la pregunta sobre los determinantes de la asistencia a dichos eventos. Para ello, estudios desde diversos enfoques han indagado sobre esta cuestión, así los trabajos de Kwon, et al. (2020) y Kinnunen, et al. (2020) determinan que la asistencia a conciertos genera efectos positivos en el bienestar de adolescentes. En tanto, Schippers (2015), Kulczynski et al. (2016) y Mulder & Hitters (2021) mediante el enfoque de varias etapas, que implica revisión teórica, entrevistas, grupos focales y análisis exploratorios construyen y evalúan escalas de medición para determinar las motivaciones de la asistencia a conciertos, así

se encuentran que variables relacionadas a aspectos artísticos y la experiencia en vivo son los que predominantemente predicen el consumo de música en directo. Por su parte, Roose & Stichele (2010) introducen indicadores de capital cultural y características sociodemográficas entre sus variables, destacando el nivel educativo, la matrícula en clases de arte y participación pública de los padres como determinantes. Adicionalmente, Brown & Knox (2017) encuentran que el precio no es relevante en la decisión de asistencia, más si lo son las dimensiones sociales y la novedad del espectáculo en vivo. Por último, Trinh & Lam (2016) mediante la teoría estocástica de las preferencias y el uso de una encuesta nacional encuentran que el comportamiento pasado predice la asistencia a eventos culturales.

Desde un marco de análisis económico, y tomando en cuenta las diferentes investigaciones, las variables predictoras y explicativas de la asistencia a los conciertos en vivo pueden ser agrupadas en: (i) variables de oferta:, características del artista (calidad musical, apariencia física), novedad del espectáculo, y (ii) variables de demanda, asociadas a los asistentes: hábito o historia de asistencia a conciertos, interés por eventos en vivo, nivel educativo, asistencia a clases de arte, influencia de los padres, influencia social, la novedad del espectáculo.

De ese modo, el presente estudio tiene como objetivo determinar los principales predictores de la asistencia a conciertos de música en vivo durante el período posterior al COVID-19, contribuyendo de esta manera en dos dimensiones. Por un lado, la investigación aporta en el análisis de la asistencia a conciertos en vivo tomando en cuenta el contexto post pandemia. Además, hasta donde se tiene conocimiento, es uno de los pocos estudios empíricos que analiza la industria de la música usando un enfoque cuantitativo en el Perú.

4. DATOS

Los datos son no experimentales y de corte transversal. Los datos que serán utilizados en la investigación provienen de una fuente secundaria denominada “Encuesta sobre consumo de música”, aplicada por el Grupo de Investigación Economía y Finanzas (GIEF) de la Universidad Científica del Sur en octubre del 2022. Esta encuesta recopila la información de 269 estudiantes y egresados universitarios de la carrera de Ingeniería Económica y de Negocios de la Universidad Científica del Sur.

El instrumento utilizado por el GIEF fue un formulario en línea dividido en cinco secciones, con un total de 59 preguntas como se presenta en la tabla 3.

Tabla 3

Estructura del cuestionario de la “Encuesta sobre consumo de música”

Sección	Título de la sección	Número de preguntas
01	Características sociodemográficas	18
02	Preferencias musicales	10
03	Asistencia a conciertos de música en vivo masivos	13
04	Asistencia a conciertos de música en vivo con aforo reducido	13
05	Perspectivas de consumo post COVID	5
	Total	59

4.1. Análisis estadístico descriptivo de las variables

La base de datos con las preguntas y respuestas de la encuesta fue proporcionada por el GIEF de forma anonimizada, lo cual permite mantener la confidencialidad de la información personal. La sección principal de la encuesta que será utilizada en el análisis es “03 Asistencia a conciertos de música en vivo masivos”. En la tabla 4 se muestra la frecuencia de los valores de las principales variables de la encuesta que fueron analizadas. El detalle de las preguntas utilizadas se encuentra en el Anexo 01.

Tabla 4

Frecuencia de valores de las principales variables de la encuesta sobre consumo de música

Nombre	Descripción	Valores	Mujer (147) %	Hombre (122) %	Total (269) %
Asistir	¿Durante el 2022 has asistido a algún concierto masivo de música en vivo?	Sí (1)	22.45	18.03	20.45
		No (0)	77.55	81.97	79.55
Empleo	Actualmente ¿Cuenta con empleo (incluye prácticas)?	Sí (1)	14.29	16.39	15.24
		No (0)	85.71	83.61	84.76
Nivel socio económico	¿A qué nivel socioeconómico considera que pertenece?	Nivel A	0.68	0.82	0.74
		Nivel B	14.29	16.39	15.24
		Nivel C	50.34	45.9	48.33
		Nivel D	22.45	27.05	24.54
		Nivel E	12.24	9.84	11.15
Medio digital	¿Cuál es el medio que más usa para consumir música?	Youtube	56.46	54.1	55.39
		Spotify	40.82	39.34	40.15
Motivo COVID	¿Consideras que actualmente tienes una mayor motivación para asistir a conciertos de música en vivo en comparación al período previo al COVID-19?	Otros medios	2.72	6.56	4.46
		Sí (1)	62.59	48.36	56.13
Asistencia previa	¿Antes del inicio de la pandemia del COVID-19 (marzo 2020), asistió a algún concierto masivo de música en vivo?	No (0)	37.41	51.64	43.87
		Sí (1)	30.61	32.79	31.6
Apellido	¿El apellido del encuestado es de origen indígena?	No (0)	69.39	67.21	68.4
		Sí (1)	39.46	31.15	35.69
Preferencias de los padres	¿A alguno de tus padres les gusta algún género musical de tu preferencia?	No (0)	60.54	68.85	64.31
		Sí (1)	76.19	68.85	72.86
Inglés	¿Cuál es su nivel de inglés?	Básico	51.7	54.92	53.16
		Intermedio	32.65	19.67	26.77
		Avanzado	10.88	13.11	11.9
Compra música	¿Compras o no compras música?	No sé	4.76	12.3	8.18
		Sí (1)	70.75	72.95	71.75
Practica música	¿Practica música (canta o toca algún instrumento)?	No (0)	29.25	27.05	28.25
		Sí (1)	38.78	40.16	39.41
Edad	Edad	No (0)	61.22	59.84	60.59
		Media	20.3	19.93	20.75
		Mediana	20	19	20
		Desviación estándar	2.74	2.18	3.25

Se observa que el 20.45% de los encuestados afirma haber asistido a por lo menos un concierto de música masiva luego del confinamiento; según el sexo, se aprecia que la proporción de mujeres que asistieron fue mayor que la de los hombres, en 4.42 puntos porcentuales. El 15.24% de los estudiantes encuestados cuenta con empleo, ya sea remunerado o no remunerado, mientras que la mayoría, 55.39%, utiliza Youtube como medio para consumir música, además el 71.75% afirma que compra música y el 39.41% practica música como aficionado o profesional. De acuerdo con la identificación del apellido, del 35.69% de los encuestados al menos uno de sus apellidos es de origen indígena y el 72.86% afirma que al menos uno de sus padres comparte su preferencia musical. Entre otras variables, el 56.13% de los estudiantes encuestados considera que tiene una mayor motivación para asistir a conciertos en comparación al período previo al confinamiento, además el 31.6% afirma que antes de la pandemia asistió a por lo menos un concierto de música en vivo.

Adicionalmente, cabe destacar que luego de filtrar los datos atípicos según edad del encuestado, se ha modificado la muestra, pasando de 269 observaciones a 228. De esta manera, las estimaciones posteriores consideran esta última muestra.

5. METODOLOGÍA EMPÍRICA

En este estudio se examinan los factores sociales y económicos que ayudan a predecir la asistencia de los estudiantes universitarios a conciertos de música masiva luego del aislamiento social por el Covid-19. La variable dependiente “Asistir” es una variable binaria, toma el valor 1 si el encuestado afirma que asistió por lo menos a un concierto luego del confinamiento y cero si indica lo contrario:

$$Asistir = \begin{cases} 1 = asistió \\ 0 = no asistió \end{cases}$$

El objetivo es estimar la probabilidad de que un encuestado asista a un concierto masivo de música en vivo, para lo cual se asume que dicha probabilidad depende de un conjunto de regresores $X_{1i}, X_{2i}, \dots, X_{ki}$:

$$Pr(Y_i = 1 | X_{1i}, \dots, X_{ki}) = G(\beta_1 + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_k X_{ki})$$

Los regresores incluyen características sociodemográficas, económicas, variables relacionadas a las preferencias musicales, motivaciones vinculadas a la pandemia, asistencia previa, entre otras.

La forma de estimar los parámetros de este modelo depende del supuesto sobre la función $G(\cdot)$. Según Stock & Watson (2019), si F es una función lineal de los regresores, es decir:

$$Pr(Y_i = 1 | X_{1i}, \dots, X_{ki}) = \beta_1 + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_k X_{ki}$$

entonces el modelo se puede estimar usando el estimador Mínimos Cuadrados Ordinarios (OLS). A este modelo se le denomina Modelo de Probabilidad Lineal (MPL).

En este caso, el coeficiente poblacional β_k del regresor X_k mide el cambio en la probabilidad de que Y sea igual a 1 ante un cambio unitario en X_k , manteniendo constante los demás regresores (*ceteris paribus*). Por ejemplo, si X_{ik} representa a la variable “apellido de origen indígena” del encuestado “i”, β_k mide la diferencia entre la

probabilidad de que un estudiante con apellido de origen indígena asista a un concierto de música masiva y la probabilidad de que un estudiante con apellido no indígena asista, *ceteris paribus*.

Alternativamente, se puede asumir que $G(\cdot)$ es una función de probabilidades acumulativa. Un caso común en la literatura es asumir que $G(\cdot)$ es la función de probabilidades acumulativa de una distribución normal estándar. En este caso, el modelo se denomina modelo de regresión binaria probit y la estimación se realiza a través del estimador de máxima verosimilitud.

La ventaja de usar un MPL es que la interpretación de los coeficientes estimados es directa: miden efectos marginales, mientras que en el caso del modelo probit, los coeficientes estimados son parte del efecto marginal de cada regresor. La desventaja principal del MPL es que las probabilidades predichas podrían resultar negativas o mayores a 1, a diferencia el modelo probit donde las probabilidades predichas siempre toman valores entre 0 y 1.

En esta investigación se estimará un modelo de regresión binaria probit. La especificación final del modelo de predicción se realizará a través del análisis de la bondad de ajuste de diferentes especificaciones y evaluando la significancia individual y conjunta de parámetros estimados a través de pruebas t y F . Los estadísticos de bondad de ajuste utilizados son el pseudo R^2 , el criterio de Akaike (AIC), el criterio bayesiano de Schwarz (BIC), el porcentaje de observaciones correctamente predichas por el modelo, el ROC y la prueba Hosmer-Lemeshow.

6. RESULTADOS

La tabla 5 muestra los coeficientes estimados de las mejores especificaciones del modelo probit que permite identificar los diferentes factores socioeconómicos que predicen la asistencia de jóvenes universitarios a conciertos de música en vivo. Los coeficientes estimados no son los efectos marginales, solo indican el sentido en el cual la probabilidad de asistir a un concierto masivo de música en vivo cambia con cada posible predictor.

La especificación más básica considera como variable predictora a la asistencia previa, tomando en cuenta los resultados de Trinh & Lam (2016), quienes encuentran que el comportamiento pasado determina la asistencia a eventos culturales. Los resultados indican que la asistencia previa a conciertos afecta significativa y positivamente a la variable dependiente. En la segunda especificación se incluye a la edad, variable que también resulta relevante en la predicción y con signo negativo; es decir, a mayor edad la asistencia a conciertos masivos de música en vivo resulta menos probable.

La tercera especificación, además de la edad y la asistencia previa a conciertos, incluye la variable empleo definida en tres categorías: empleo remunerado, empleo no remunerado (por ejemplo, prácticas pre-profesionales) y sin empleo (categoría omitida). En este caso, solo el coeficiente estimado de la categoría empleo no remunerado es estadísticamente significativo y positivo.

Tabla 5

Signos de las variables de los modelos que predicen la asistencia de estudiantes universitarios a conciertos de música en vivo

Variable	Modelo 01	Modelo 02	Modelo 03	Modelo 04	Modelo 05
Asistencia masiva previa	0.605*** (0.2)	0.696*** (0.21)	0.721*** (0.22)	0.683*** (0.22)	0.742*** (0.22)
Edad		-0.109* (0.07)	-0.133** (0.07)	-0.131* (0.07)	-0.149** (0.07)
Empleo (sí, pero no remunerado)			0.999** (0.47)	1.068** (0.47)	1.160** (0.47)
Empleo (sí, remunerado)			-0.223 (0.38)	-0.196 (0.38)	-0.047 (0.39)
Medios digitales (Spotify)				-0.724* (0.41)	-0.924** (0.42)
Medios digitales (YouTube)				-0.894** (0.4)	-1.119*** (0.42)
Residencia (Balneario)					0.823 (0.69)
Residencia (Callao)					0.805 (0.61)
Residencia (fuera de Lima)					0.705 (0.54)
Residencia (Lima centro)					1.022* (0.54)
Residencia (Lima este)					0.744* (0.43)
Residencia (Lima norte)					0.932* (0.55)
Residencia (Lima sur)					0.931*** (0.32)
Constante	-1.022*** (0.12)	1.06 (1.25)	1.497 (1.27)	2.222 (1.38)	1.935 (1.43)
Observaciones	228	228	228	228	228
p-value(Chi2)	0.003	0.003	0.003	0.003	0.002
pseudo-R2	0.039	0.052	0.073	0.091	0.119
AIC	226.9	225.98	225.12	224.85	232.37
BIC	233.76	236.27	242.26	248.85	280.38
Correct-Clas.(%)	79.39	79.39	79.82	81.58	80.26
ROC	0.6153	0.6587	0.6838	0.6968	0.7288
Hosmer-Lemeshow (p-value)	.	0.682	0.669	0.47	0.549

* p<0.10,

** p<0.05,

*** p<0.01

En la cuarta especificación, se añade el medio usado para consumir música categorizado en: Spotify, YouTube y otros (Radio digital, radio convencional, Apple Music, Deezer, eSound, Tidal), siendo esta última la categoría omitida. Los signos de los coeficientes de Spotify y YouTube son ambos negativos, es decir, aquellos encuestados que consumen música usando estos medios digitales tienen menor probabilidad de asistir a conciertos de música en vivo en comparación a quienes demandan otros medios digitales.

En la última especificación se controla por lugar de residencia al añadir una variable con ocho categorías, siendo estadísticamente significativas las categorías Lima centro, Lima este, Lima norte y Lima sur, en comparación a la categoría omitida Lima moderna.

Al analizar los estadísticos de bondad de ajuste, se observa que los modelos 4 y 5 son los que tienen mejor ajuste. Por un lado, el modelo 4 es superior al modelo 5 pues tiene menor AIC, el menor BIC y mayor porcentaje de observaciones correctamente clasificadas. Por otro lado, el modelo 5 es superior al modelo 4 pues tiene un mayor pseudo R² y un mayor ROC. Para ambos modelos, la prueba Hosmer-Lemeshow indica que no existe diferencia sistemática entre los valores observados de la asistencia a conciertos y los valores predichos por el modelo, lo cual implica que ambos modelos tienen un buen ajuste.

La tabla 6 muestra los efectos marginales de los regresores sobre la probabilidad de asistir a conciertos masivos de música en vivo, los cuales pueden ser interpretados individualmente asumiendo que las demás variables no se alteran (es decir, *ceteris paribus*). Si se toma como referencia el modelo 5, los resultados indican que la probabilidad de que un alumno asista a un concierto masivo de música en vivo post pandemia aumenta en 18.5 puntos porcentuales si asistió a un concierto antes de la pandemia, resultado similar al de los demás modelos (entre 16.6pp y 19.0 pp).

Tabla 6

Efectos de las variables de los modelos que predicen la asistencia de estudiantes universitarios a conciertos de música en vivo

Variables	Modelo 01	Modelo 02	Modelo 03	Modelo 04	Modelo 05
Asistencia masiva previa	0.166*** (0.0523)	0.188*** (0.0536)	0.190*** (0.0534)	0.177*** (0.053)	0.185*** (0.0523)
Edad		-0.0294* (0.0174)	-0.0352** (0.0173)	-0.0338* (0.0174)	-0.0373** (0.0173)
Empleo (sí, pero no remunerado)			0.339* (0.173)	0.359** (0.17)	0.375** (0.161)
Empleo (sí, remunerado)			-0.0532 (0.0838)	-0.0463 (0.0842)	-0.0114 (0.0919)
Medios digitales (Spotify)				-0.241 (0.148)	-0.304** (0.147)
Medios digitales (Youtube)				-0.284* (0.145)	-0.351** (0.146)
Residencia (Balneario)					0.147 (0.163)
Residencia (Callao)					0.142 (0.137)
Residencia (fuera de Lima)					0.118 (0.112)
Residencia (Lima centro)					0.201 (0.136)
Residencia (Lima este)					0.127 (0.0853)
Residencia (Lima norte)					0.176 (0.134)
Residencia (Lima sur)					0.176*** (0.047)
N	228	228	228	228	228

Además, si la edad del alumno fuera mayor en un año adicional, la probabilidad de que asista a un concierto luego del COVID-19 disminuye en 3.7 puntos porcentuales. Por su parte, contar con empleo no remunerado aumenta la probabilidad en 37.5 puntos porcentuales en comparación a no tener empleo, efecto equivalente al doble del efecto de la variable asistencia previa. Si un alumno consume música a través de Spotify y

YouTube, la probabilidad de que asista a un concierto masivo post-pandemia disminuye en 30.4 y 35.1 puntos porcentuales, respectivamente, en comparación aquellos alumnos que consumen música usando otros medios. Finalmente, si un alumno vive en un distrito de Lima Sur, la probabilidad de que asista a un concierto masivo de música en vivo es mayor en 17.6 puntos porcentuales en comparación a un alumno que vive en Lima moderna.

7. RECOMENDACIONES Y POSIBLES EXTENSIONES

Los resultados obtenidos permiten identificar algunos factores que ayudan a predecir la asistencia a conciertos masivos de jóvenes universitarios. De esta forma, el modelo estimado podría ser utilizado como referencia para predecir la asistencia a conciertos masivos de un público juvenil similar, tanto por el sector público como el sector privado. Por ejemplo, en el marco de la reactivación económica del 2023, el Ministerio de Cultura inauguró el Festival Cultural “Una sola voz por el Perú”, con el objetivo de dinamizar la industria y fomentar la diversidad cultural del país (El Peruano, 2023); en este caso, el modelo estimado podría servir de referencia para predecir el éxito del evento.

Sin embargo, la principal limitación del estudio es la muestra disponible, la cual no es representativa de la población de jóvenes universitarios pues solo se considera una carrera de una universidad. Esto hace que los resultados no necesariamente puedan ser aplicados a la población de jóvenes universitarios, sino solo a la población de estudiantes de la carrera y universidad analizadas. Sin embargo, este estudio contribuye con una primera aproximación cuantitativa al análisis de los determinantes de conciertos masivos, cuyo alcance debe ser corroborado por investigaciones futuras que incluyan una muestra más representativa.

8. CONCLUSIONES

El presente estudio contribuye a la literatura en dos dimensiones. Por un lado, la investigación aporta en el análisis de la asistencia a conciertos en vivo, tomando en cuenta el periodo posterior del confinamiento social producto de la pandemia del Covid-19. Además, hasta donde se tiene conocimiento, es uno de los pocos estudios empíricos que analiza la industria de la música usando un enfoque cuantitativo en el Perú.

Respecto a los resultados, el modelo de regresión binaria estimado indica que la asistencia a conciertos tiene un comportamiento persistente, pues haber asistido a un concierto masivo antes de la pandemia aumenta la probabilidad de asistir a uno luego de la pandemia. Además, se encuentra que el estatus laboral (trabajo remunerado, no remunerado y sin trabajo), el medio de consumo de música (Spotify, YouTube y otros), la edad y el lugar de residencia también ayudan a predecir la asistencia a conciertos masivos.

Finalmente, es importante mencionar que el modelo estimado es predictivo y no necesariamente causal. Sin embargo, los resultados pueden ser útiles en el diseño de estrategias para fomentar asistencia juvenil a conciertos de música masivos en Perú, tomando en cuenta la asistencia previa, edad, situación laboral y lugar de residencia.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguiar, L. (2017). Let the music play? Free streaming and its effects on digital music consumption. *Information Economics and Policy*, 41, 1-14.
<https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2017.06.002>
- BAE Negocios (2023). Balance de la industria discográfica en 2022: los números muestran una recuperación global. (2023, septiembre 8).
<https://www.baenegocios.com/espectaculo/Balance-de-la-industria-discografica-en-2022-los-numeros-muestran-una-recuperacion-global-20230322-0076.html>
- Brown, S. C., & Knox, D. (2017). Why go to pop concerts? The motivations behind live music attendance. *Musicae Scientiae*, 21(3), 233-249.
<https://doi.org/10.1177/1029864916650719>
- Castro-Martínez, A., Pérez-Ordóñez, C., & Torres-Martín, J. L. (2020). Eventos musicales online durante la crisis de la COVID-19 en España. Análisis de festivales en redes sociales y de sus estrategias de comunicación. *Hipertext. net*, (21), 41-56.
<https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.04>
- Christensen, F. (2022). Streaming Stimulates the Live Concert Industry: Evidence from YouTube. *International Journal of Industrial Organization*, 85, 102873.
<https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2022.102873>
- Davies, K. (2021). Festivals post COVID-19. *Leisure Sciences*, 43(1-2), 184-189.
<https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1774000>
- Earl, P.E. (2001). Simon's travel theorem and the demand for live music. *Journal of economic psychology*, 22, 335-358.

El Peruano (24 de mayo del 2023). Ministerio de Cultura anuncia creación del Festival Cultural

“Una sola voz por el Perú. <https://www.elperuano.pe/noticia/213577-ministerio-de-cultura-anuncia-creacion-del-festival-cultural-una-sola-voz-por-el-peru>

Gu, X., Domer, N., & O’Connor, J. (2021). The next normal: Chinese indie music in a post-COVID

China. *Cultural Trends*, 30(1), 63-74. <https://doi.org/10.1080/09548963.2020.1846122>

Kinnunen, M., Homi, H., & Honkanen, A. (2020). Social sustainability in adolescents’ music event

attendance. *Sustainability*, 12(22), 9419. <https://doi.org/10.3390/su12229419>

Kulczynski, A. (2014). *Concert Attendee Behaviour: The Influence of Motivations, Fan*

Identification and Product Involvement [Tesis de maestría]. University of Newcastle.

<https://nova.newcastle.edu.au/vital/access/services/Download/uon:14999/ATTACHMENT01>

Kulczynski, A., Baxter, S., & Young, T. (2016). Measuring motivations for popular music concert

attendance. *Event Management*, 20(2), 239-254.

<https://doi.org/10.3727/152599516X14643674421816>

Kwon, S., Choi, B., & Park, S. (2020). Effects of student-and school-level music concert

attendance on subjective well-being: A longitudinal study of Korean

adolescents. *International Journal of Music Education*, 38(2), 240-251.

<https://doi.org/10.1177/0255761419889450>

La República. (2022). SUNAT: conciertos recaudaron más de S/ 7 millones por venta de

alimentos y bebidas en lo que va del 2022. (2022, noviembre 6).

<https://larepublica.pe/economia/2022/11/06/sunat-conciertos-recaudaron-mas-de-s-7-millones-por-venta-de-alimentos-y-bebidas-en-lo-que-va-del-2022>

- Mulder, M., & Hitters, E. (2021). Visiting pop concerts and festivals: measuring the value of an integrated live music motivation scale. *Cultural Trends*, 30(4), 355-375. <https://doi.org/10.1080/09548963.2021.1916738>
- Roose, H., & Stichele, A. V. (2010). Living room vs. concert hall: Patterns of music consumption in Flanders. *Social Forces*, 89(1), 185-207. <https://www.jstor.org/stable/40927559>
- Schippers, M. Y. (2015). *Live Music Concert Attendees* [Tesis de maestría]. Erasmus University Thesis Repository. <https://thesis.eur.nl/pub/32748/Schippers-Marjolein.pdf>
- Stock, J. & Watson, J. (2019). *Introduction to Econometrics* (4ta ed.). Pearson.
- Swarbrick, D., Seibt, B., Grinspun, N., & Vuoskoski, J. K. (2021). Corona concerts: The effect of virtual concert characteristics on social connection and Kama Muta. *Frontiers in psychology*, 12, 648448. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.648448>
- Triguboff, M., Zanabria, J. M., Sasso, S., Cathles, A., Benzaquen, A., Bautista, M., Séligmann, J. N., Decuzzi, L., Mines Cuenya, A., Castellanos Ribot, A. (2021). *Evaluación del impacto del COVID-19 en las industrias culturales y creativas*. Unesco [Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura]. <https://publications.iadb.org/es/evaluacion-del-impacto-del-covid-19-en-las-industrias-culturales-y-creativas>
- Trinh, G., & Lam, D. (2016). Understanding the attendance at cultural venues and events with stochastic preference models. *Journal of Business Research*, 69(9), 3538-3544. <https://doi.org/10.1016/j.ibusres.2016.01.033>

Van der Hoeven, A., Behr, A., Hamilton, C., Mulder, M., & Rozbicka, P. (2021). 1-2-3-4!

Measuring the values of live music: methods, models and motivations. *Arts and the*

Market. 11(2), 147-166. [https://doi.org/10.1108/AAM-09-2020-](https://doi.org/10.1108/AAM-09-2020-0041)

[0041https://doi.org/10.1108/AAM-09-2020-0041](https://doi.org/10.1108/AAM-09-2020-0041)

Vandenberg, F., Berghman, M., & Schaap, J. (2021). The 'lonely raver': music livestreams during

COVID-19 as a hotline to collective consciousness? *European Societies*, 23(sup1), S141-

S152. <https://doi.org/10.1080/14616696.2020.1818271>

Zúñiga, A., Uzurriaga, J., Medrano, D. y Sacramento, J. (2022). *¿Cómo vamos en el consumo de*

música en el Perú? Ministerio de Cultura.

<https://www.gob.pe/institucion/cultura/informes-publicaciones/1859508-como->

[vamos-en-el-consumo-de-musica-en-el-peru](https://www.gob.pe/institucion/cultura/informes-publicaciones/1859508-como-vamos-en-el-consumo-de-musica-en-el-peru)

ANEXOS

1. Preguntas de la “Encuesta sobre consumo de música”

Sección 01: Características sociodemográficas

1. Sexo
 - a. Femenino
 - b. Masculino
2. Edad: _ _ _ _ _
3. Estado civil
 - a. Casado(a)
 - b. Conviviente
 - c. Soltero(a)
 - d. Separado(a)
 - e. Viudo(a)
 - f. Divorciado(a)
4. Condición académica
 - a. Estudiante
 - b. Profesor
 - c. Jefe de práctica
 - d. Egresado(a)
5. Si eres estudiante, ¿qué ciclo estás cursando durante el semestre 2022-2?
 - a. No soy estudiante
 - b. Primero
 - c. Segundo
 - d. Tercero
 - e. Cuarto
 - f. Quinto
 - g. Sexto
 - h. Séptimo
 - i. Octavo
 - j. Noveno
 - k. Décimo
6. ¿A qué nivel socioeconómico considera que pertenece?
 - a. Nivel A (más alto)
 - b. Nivel B
 - c. Nivel C
 - d. Nivel D

- e. Nivel E (más bajo)
7. ¿Cuál es su lengua materna?
- a. Castellano
 - b. Quechua
 - c. Aimara
 - d. Otra: _____
8. ¿De qué departamento procede usted?
- a. Extranjero
 - b. Amazonas
 - c. Áncash
 - d. Apurímac
 - e. Arequipa
 - f. Ayacucho
 - g. Cajamarca
 - h. Callao
 - i. Lima
 - j. Loreto
 - k. Madre de Dios
 - l. Moquegua
 - m. Pasco
 - n. Piura
 - o. Puno
 - p. San Martín
 - q. Tacna
 - r. Tumbes
 - s. Ucayali
9. ¿Cuál es el departamento de origen de su madre?
- a. Extranjero
 - b. Amazonas
 - c. Áncash
 - d. Apurímac
 - e. Arequipa
 - f. Ayacucho
 - g. Cajamarca
 - h. Callao
 - i. Lima
 - j. Loreto
 - k. Madre de Dios

- l. Moquegua
- m. Pasco
- n. Piura
- o. Puno
- p. San Martín
- q. Tacna
- r. Tumbes
- s. Ucayali

10. ¿Cuál es el departamento de origen de su padre?

- a. Extranjero
- b. Amazonas
- c. Áncash
- d. Apurímac
- e. Arequipa
- f. Ayacucho
- g. Cajamarca
- h. Callao
- i. Lima
- j. Loreto
- k. Madre de Dios
- l. Moquegua
- m. Pasco
- n. Piura
- o. Puno
- p. San Martín
- q. Tacna
- r. Tumbes
- s. Ucayali

11. Actualmente ¿En qué departamento reside usted?

- a. Extranjero
- b. Amazonas
- c. Áncash
- d. Apurímac
- e. Arequipa
- f. Ayacucho
- g. Cajamarca
- h. Callao
- i. Lima

- j. Loreto
- k. Madre de Dios
- l. Moquegua
- m. Pasco
- n. Piura
- o. Puno
- p. San Martín
- q. Tacna
- r. Tumbes
- s. Ucayali

12. Actualmente ¿En qué provincia reside usted?

13. Actualmente ¿En qué distrito reside usted?

14. ¿Con quién vive?

- a. Vivo solo (a)
- b. Vivo con mis padres
- c. Vivo con mi pareja / hijos
- d. Vivo con mis amigos(as)

15. Actualmente ¿Cuenta con empleo (incluye prácticas)?

- a. Sí, remunerado
- b. Sí, pero no remunerado
- c. No

16. ¿Cuál es su nivel de inglés?

- a. No sé
- b. Básico
- c. Intermedio
- d. Avanzado

17. Carrera

18. ¿Alguno de sus apellidos es de origen indígena?

- a. Sí
- b. No

Sección 02: Preferencias musicales

19. ¿Le gusta la música?

- a. Sí
- b. No

- c. Me es indiferente
- d. No me gusta la música

20. ¿Le gusta la música local o internacional?

- a. Local
- b. Internacional
- c. Ambas
- d. Me es indiferente
- e. No me gusta la música

21. Si le gusta la música ¿Diría que le gusta todo tipo de música o solo algún(os) género(s) musical(es)?

- a. Sí, me gusta todo tipo de música
- b. Me gusta casi todo tipo de música
- c. Me gusta cierto tipo de música
- d. No me gusta la música
- e. Me es indiferente

22. Indique su intérprete(s) o grupo(s) musical(es) favorito(s). Si tiene más de un grupo, sepárelos usando comas. Si no tiene, escriba "No tengo".

23. Indique sus géneros musicales favoritos (Máximo 3, respuesta múltiple)

- a. Salsa
- b. Cumbia (música tropical)
- c. Música criolla
- d. Folclore andino (huayno, tunantada, etc.)
- e. Folclore de la costa (marinera, tondero, afroperuano, etc.)
- f. Chicha
- g. Balada
- h. Rock en inglés
- i. Rock en español
- j. Reguetón
- k. Música clásica
- l. K-pop
- m. Pop
- n. Blues / Jazz
- o. Bolero / Tango
- p. Rap / Trap
- q. Ninguno
- r. Otro: _____

24. ¿A alguno de sus padres le gusta algún género musical que eligió en la pregunta anterior?
- Sí, a mi papá
 - Sí, a mi mamá
 - Sí, a ambos
 - A ninguno
 - No lo sé
25. ¿Cuál es el medio que más usa para consumir música?
- Radio digital
 - Radio convencional
 - Spotify
 - Youtube
 - CDs
 - Casette
 - Vinyl
 - No consumo música
 - Otro: _____
26. ¿Cuál es el dispositivo que más usa para consumir música?
- Celular
 - Smart TV
 - Radio del auto
 - Radio en la casa
 - Laptop / PC
 - Dispositivos caseros (tocadiscos, reproductores de CDs)
 - No consumo música
 - Otro: _____
27. ¿Qué formato de música compras?
- Ambos por igual
 - Ambos, pero principalmente formato digital
 - Ambos, pero principalmente formato físico
 - Formato digital (Spotify, YouTube, etc.)
 - Formato físico (CDs, Vinyl)
 - No compro
28. ¿Practica música (canta o toca algún instrumento)?
- Sí, de forma profesional pero no realizo eventos públicos
 - Sí, de forma profesional y realizo eventos públicos
 - Sí, como hobby
 - No

Sección 03: Asistencia a conciertos de música en vivo masivos

29. ¿Antes del inicio de la pandemia del COVID-19 (marzo 2020), asistió a algún concierto masivo de música en vivo?
- Sí
 - No
30. ¿Cuál fue la principal razón por la que no asistió a un concierto masivo de música en vivo antes del COVID-19?
- No me interesaba los conciertos masivos
 - No tenía tiempo para asistir
 - No tenía dinero
 - No había propuestas de conciertos masivos de música en vivo que me interesaran
 - No contaba con información oportuna sobre conciertos masivos de música en vivo
 - Mis padres no me daban permiso
 - Otra: _____
31. ¿Durante el 2022 has asistido a algún concierto masivo de música en vivo*?
- Sí
 - No
32. ¿Cuál es la principal razón por la que no ha asistido a un concierto de música en vivo durante el 2022?
- No me interesa los conciertos masivos de música en vivo
 - No tengo tiempo para asistir a conciertos masivos de música en vivo
 - No tengo dinero
 - No hay propuestas de conciertos masivos de música en vivo que me interesan
 - No cuento con información oportuna sobre conciertos masivos de música en vivo
 - Mis padres no me dan permiso
 - Otra: _____
33. ¿A cuántos conciertos masivos de música en vivo has asistido durante el 2022?
- _____
34. Indique el nombre del intérprete o grupo musical principal
- _____
35. Indique el género musical del intérprete o grupo principal
- Salsa
 - Cumbia (música tropical)

- c. Música criolla
- d. Folclore andino (huayno, tunantada, etc.)
- e. Folclore de la costa (marinera, tondero, afroperuano, etc.)
- f. Chicha
- g. Balada
- h. Rock en inglés
- i. Rock en español
- j. Reguetón
- k. Música clásica
- l. K-pop
- m. Pop
- n. Blues / Jazz
- o. Bolero / Tango
- p. Rap / Trap
- q. Ninguno
- r. Otro: _____

36. Indique en qué país se realizó el concierto

37. Indique en qué ciudad se realizó el concierto

38. ¿De qué manera consiguió la entrada al concierto?

- a. La entrada era libre
- b. Me la regalaron
- c. Yo la pagué
- d. Pagado por mis padres
- e. Pagado por mi(s) amigo(s)
- f. Pagado por mi pareja
- g. Otra: _____

39. ¿Cuánto costó la entrada (indique el monto en soles, no escriba el símbolo)?

Si no sabe o la entrada fue libre, indique el número 0

40. ¿Cómo se realizó el pago de la entrada?

- a. En efectivo
- b. Por internet y con tarjeta de débito
- c. Presencial y con tarjeta de débito
- d. Por internet y con tarjeta de crédito
- e. Presencial y con tarjeta de crédito
- f. Transferencia interbancaria

- g. Yape o similares
- h. No sé cómo se pago
- i. La entrada era libre / me regalaron la entrada
- j. Otro: _____

41. Describe ¿Cuál fue la principal motivación para asistir a este concierto?

Sección 04: Asistencia a conciertos de música en vivo con aforo reducido

42. ¿Antes del inicio de la pandemia del COVID-19 (marzo 2020), asistió a algún concierto de música en vivo con aforo reducido?

- a. Sí
- b. No

43. ¿Cuál fue la principal razón por la que no asistió a un concierto con aforo reducido antes del COVID-19?

- a. No me interesaba los conciertos de aforo reducido
- b. No tenía tiempo para asistir
- c. No tenía dinero
- d. No había propuestas de conciertos de aforo reducido que me interesaran
- e. No contaba con información oportuna sobre conciertos de aforo reducido
- f. Mis padres no me daban permiso
- g. Otra: _____

44. ¿Durante el 2022 has asistido a algún concierto de música en vivo con aforo reducido?

- a. Sí
- b. No

45. ¿Cuál es la principal razón por la que no ha asistido a un concierto de música en vivo con aforo reducido durante el 2022?

- a. No me interesa los conciertos masivos de aforo reducido
- b. No tengo tiempo para asistir a conciertos de aforo reducido
- c. No tengo dinero
- d. No hay propuestas de aforo reducido que me interesan
- e. No cuento con información oportuna sobre conciertos de aforo reducido
- f. Mis padres no me dan permiso
- g. Otra: _____

46. ¿A cuántos conciertos de música en vivo con aforo reducido has asistido durante el 2022?

47. Indique el nombre del intérprete o grupo musical principal

48. Indique el género musical del intérprete o grupo principal

- a. Salsa
- b. Cumbia (música tropical)
- c. Música criolla
- d. Folclore andino (huayno, tunantada, etc.)
- e. Folclore de la costa (marinera, tondero, afroperuano, etc.)
- f. Chicha
- g. Balada
- h. Rock en inglés
- i. Rock en español
- j. Reguetón
- k. Música clásica
- l. K-pop
- m. Pop
- n. Blues / Jazz
- o. Bolero / Tango
- p. Rap / Trap
- q. Ninguno
- r. Otro: _____

49. Indique en qué país se realizó el concierto

50. Indique en qué ciudad se realizó el concierto

51. ¿De qué manera consiguió la entrada al concierto?

- a. La entrada era libre
- b. Me la regalaron
- c. Yo la pagué
- d. Pagado por mis padres
- e. Pagado por mi(s) amigo(s)
- f. Pagado por mi pareja
- g. Otra: _____

52. ¿Cuánto costó la entrada (indique el monto en soles, no escriba el símbolo)?

Si no sabe o la entrada fue libre, indique el número 0

53. ¿Cómo se realizó el pago de la entrada?

- a. En efectivo
- b. Por internet y con tarjeta de débito
- c. Presencial y con tarjeta de débito
- d. Por internet y con tarjeta de crédito
- e. Presencial y con tarjeta de crédito
- f. Transferencia interbancaria
- g. Yape o similares
- h. No sé cómo se pago
- i. La entrada era libre / me regalaron la entrada
- j. Otro: -----

54. Describe ¿Cuál fue la principal motivación para asistir a este concierto?

Sección 05: Perspectivas de consumo post COVID

55. ¿Consideras que tu asistencia a conciertos de música en vivo ha sido mayor durante el 2022 en comparación al período previo al COVID-19?

- a. Sí
- b. No
- c. No lo sé

56. ¿Consideras que actualmente tienes una mayor motivación para asistir a conciertos de música en vivo en comparación al período previo al COVID-19?

- a. Completamente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Completamente en desacuerdo

57. ¿Consideras que tu consumo de música digital ha impactado en tu decisión de asistir a conciertos de música?

- a. Completamente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Completamente en desacuerdo

58. ¿Pagarías la entrada más cara para asistir a un concierto masivo de tu intérprete o grupo musical favorito?

- a. Sí
- b. No
- c. No lo sé
- d. No tengo intérprete o grupo favorito

59. ¿Cuál sería el precio máximo que pagarías para asistir a un concierto masivo de tu intérprete o grupo musical favorito (indique el monto en soles, no escriba el símbolo)? Si no tienes favorito, responde "NA".
