

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI



Modalidad de Titulación:

Artículo Científico

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título de investigación:

Gestión Empresarial: Impacto en el éxito de las agrupaciones musicales en Manta

Autor:

Berni Luis Holguín Terán.

Tutor:

Lcdo. Amado Antonio Mendoza Briones, Ph, D.

MANTA-MANABI-EUADOR

2025

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página II de 25

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad de Ciencias Administrativas Contables y Comercio de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

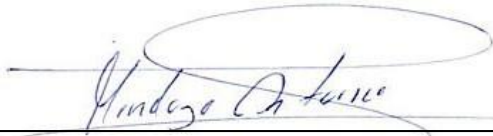
Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular en la Modalidad del Artículo Científico bajo la autoría del estudiante Holguín Terán Berni Luis, legalmente matriculado en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2025 (1), cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es **“Gestión Empresarial: Impacto en el éxito de las agrupaciones musicales en Manta”**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 22 de julio de 2025.

Lo certifico,



Lcdo. Amado Antonio Mendoza Briones. Ph, D

**Docente Tutor
Área: Administración**

GESTIÓN EMPRESARIAL : IMPACTO EN EL ÉXITO DE LAS AGRUPACIONES MUSICALES EN MANTA



Nombre del documento: GESTIÓN E. MUSICA FINAL REVISTA.docx
ID del documento: 0f505a74805db964ee32392079d2ad56f60dfe45
Tamaño del documento original: 47,5 kB
Autor: Berni Luis Holguín Terán

Depositante: Berni Luis Holguín Terán
Fecha de depósito: 21/7/2025
Tipo de carga: url_submission
fecha de fin de análisis: 22/7/2025

Número de palabras: 6217
Número de caracteres: 43.837

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	doi.org La gestión empresarial para una buena administración de las pymes co... https://doi.org/10.33262/ap.v5i1.307 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (62 palabras)
2	tesis.pucp.edu.pe https://tesis.pucp.edu.pe/bltstreams/728c02a8-cf4b-48c7-8857-2cb0ed24c54e/download 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (42 palabras)
3	alfapublicaciones.com La gestión empresarial para una buena administración ... https://alfapublicaciones.com/index.php/alfapublicaciones/article/view/307 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (35 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	MELANIE ANNABEL MERO MACIAS_58380_assignsubmission_file_Essay... #ff8a66 Viene de de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (32 palabras)
2	hdl.handle.net Factores de éxito en las agrupaciones musicales tropicales de la ... https://hdl.handle.net/20.500.12893/7940	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (25 palabras)
3	Documento de otro usuario #749ea2 Viene de de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (18 palabras)
4	dialnet.unirioja.es https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9788452.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (17 palabras)
5	www.scielo.org.co Gestión en la industria musical: generación de un modelo de... http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=52011-804X2022000100128&lng...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (17 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8767043>
- <https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2796>
- <https://www.galileo.edu/esa/noticias/el-papel-de-la-musica-en-la-sociedad-contemporanea/>
- <https://emusic.droppages.com/apuntes/lasagrupacionesmusicales.pdf>
- <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7591592.pdf>



DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Berni Luis Holguín Terán, con cédula de identidad **N°1313159152**, declaro que el presente trabajo de titulación: **"Gestión Empresarial: Impacto en el éxito de las agrupaciones musicales en Manta"** cumple con los requerimientos que la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí y la Facultad de Contabilidad y Auditoría sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de la misma.



Holguín Terán Berni Luis

C.I.: 1313159152

E-mail: e1313159152@live.ulead.edu.ec

Tel: 0999766754

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema: **“Gestión empresarial: Impacto en el éxito de las agrupaciones musicales en Manta”**, elaborado por la egresada Anchundia Lucas Andrea Lisbeth, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, de la Carrera de Administración de Empresas.

Por constancias firman:

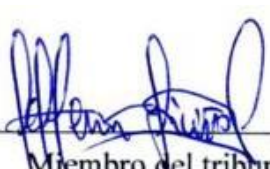


Presidente del tribunal
Ing. Otto Macías Catagua



Miembro del tribunal

Abg. Mónica Franco Chávez



Miembro del tribunal

Ing. Jefferson Triviño Quijije

GESTIÓN EMPRESARIAL: IMPACTO EN EL ÉXITO DE LAS AGRUPACIONES MUSICALES EN MANTA.

BUSINESS MANAGEMENT: IMPACT ON THE SUCCESS OF MUSICAL GROUPS IN MANTA.

Holguín Terán Berni Luis

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

e1313159152@live.uleam.edu.ec

amado.mendoza@uleam.edu.ec

Berni Luis Holguín Terán; <https://orcid.org/0009-0008-9153-1793>

Tutor: Antonio Amado Mendoza Briones Ph. D; <https://orcid.org/0000-0002-0461-3416>

Código Clasificación JEL: L20, L82, M10, Z11, O12

Resumen

El presente estudio se enfocó en la conexión inherente e intrínseca entre la gestión de las empresas y el desarrollo sostenible de las agrupaciones musicales de Manta, este estudio sugirió como problema principal cómo las prácticas de gestión influyen en su éxito, postulando un impacto considerable, el objetivo general de esta investigación fue analizar la gestión empresarial y su impacto en el éxito de las agrupaciones musicales, en términos metodológicos el estudio tuvo un enfoque cualitativo y una amplitud descriptiva, empleando entrevistas semiestructuradas como método principal para la recopilación de datos, la selección estuvo compuesta por 5 grupos musicales de la localidad, escogidos por conveniencia y representatividad. Los hallazgos indicaron que la organización es mayoritariamente informal y centralizada con los propietarios gestionando las áreas financieras y de recursos humanos, la organización y la toma de decisiones son principalmente empíricas y flexibles adaptándose a la experiencia cotidiana y a exigencias rápidas.

Palabras claves: Gestión empresarial, sostenibilidad, empírico, marketing digital, liderazgo centralizado.

Abstract

The present study focused on the inherent and intrinsic connection between business management and the sustainable development of musical groups in Manta, this study suggested as a main problem how management practices influence their success, postulating a considerable impact, The general objective of this research was to analyze business management and its impact on the success of musical groups, in methodological terms the study had a qualitative approach and a descriptive scope, using semi-structured interviews as the main method for data collection, the selection was composed of 5 musical groups of the locality, chosen for convenience and representativeness. The findings

indicated that the organization is mostly informal and centralized with the owners managing the financial and human resources areas, the organization and decision making are mainly empirical and flexible adapting to daily experience and quick demands.

Keywords: business management, sustainability, empirical, digital marketing, centralized leadership.

Introducción

La música ha estado presente en la historia de la humanidad, esta es un proceso de comunicación universal, que genera estímulos entre los individuos y el entorno que los percibe (ESA, 2023). Según Fuertes (2021) durante la historia, los instrumentos se han empleado de múltiples maneras, originando diversas agrupaciones de instrumentos, las agrupaciones instrumentales se pueden categorizar en dos grandes grupos basándose en los instrumentos que las componen y la música que presentan, es así que existen las agrupaciones instrumentales clásicas y las agrupaciones instrumentales populares, esta última incorpora voces que son acompañadas por los instrumentos.

En el siglo XV, la única forma de oír la música era si se presentaba en vivo y estaba dirigida a las clases superiores, no obstante, con el transcurso del tiempo y la progresión tecnológica, se posibilitó que la música se dirigiera a toda la población en su totalidad y no solo a determinadas clases sociales, y que además no se limitara a ciertos grupos sociales y que no fuese imprescindible la interpretación (Peña, 2020).

En consecuencia, el sector del entretenimiento ha experimentado significativas transformaciones con el paso del tiempo después de la emergencia de la era digital, la globalización y la piratería, esto ha hecho indispensable la reestructuración de todos los modelos de negocio corporativos para ajustarse a la nueva circunstancia del mercado, y así, evitar su desaparición, actualmente, la Industria Musical es uno de los sectores con mayor poder económico a nivel global. Además de este hecho, no solo contribuye a la mejora de la economía, sino que también se emplea en otras áreas como la publicidad, la electrónica de consumo o las telecomunicaciones (Orive, 2020; Pilao- Rodríguez, 2020; Valdivia, 2022).

En este contexto, según lo mencionado por Peña (2020) la industria musical siempre ha sido un sector altamente monopolístico, con la aparición de la tecnología se ha logrado la liberalización del sector permitiendo que el consumidor ejerza influencia en el mercado. Ya no es imprescindible que adquiera un disco completo para volver a escuchar esa canción que tanto nos agrada, frente a todos estos cambios causados por la aparición de Internet y las pérdidas de poder, las empresas discográficas se encontraron con una crisis y tuvieron que ajustarse para mantenerse en el mercado.

En Ecuador la música ha servido como un medio de expresión e identidad local, enriqueciendo el panorama cultural del país y las relaciones sociales, las agrupaciones musicales según ESA (2023) son instituciones que presentan un variado campo de acción para los diferentes segmentos de mercado porque obedecen a una actividad recreativa inherente del ser humano, es decir a su capacidad de diversión y

entretenimiento, en este sentido, las agrupaciones musicales son personas jurídicas formalizadas que desarrollan su actividad comercial en el rubro de servicios musicales destinados a amenizar todo tipo de eventos sociales.

En este sentido, la música popular ejerce una gran influencia social iniciando con la creación de identidades desde los lugares de consumo, una identidad que se sustenta en el concepto de estilos de vida facilita la comprensión de la fragmentación y el proceso de individualización que atraviesan las sociedades en la actualidad; sin embargo, la creación musical está fuertemente vinculada con la industria del disco y adquiere su relevancia dentro de un esquema de producción capitalista (Alaminos- Fernández, 2023; Juan de Dios & Roquer, J. 2020; Verano, 2020).

Las ciudades como Manta no solo proporcionan entretenimiento a sus habitantes, sino que también cumplen una función económica y social importante al formar parte de eventos clave, desde fiestas patronales hasta ferias, eventos y conciertos, no obstante, en un mercado cada vez más competitivo las agrupaciones enfrentan desafíos que van más allá del talento artístico, deben contar con la capacidad para gestionar eficientemente los recursos, optimizar la promoción, manejar las finanzas y diseñar estrategias claras que les permitan determinar su permanencia y éxito en la industria.

Según Ñopo-Olazabal (2022) en el contexto de la gestión musical, existe una tendencia pronunciada hacia la autogestión de las actividades de negocio, esto fortalece la percepción de que los músicos pueden ser considerados emprendedores, algo que se refleja en el ámbito del negocio artístico y en sus empresas. Así, la autogestión del negocio musical se manifiesta como una autogestión individual para los músicos solistas o como una autogestión comunitaria para las agrupaciones musicales: en su calidad de negocio individual y en su calidad de pequeña empresa, respectivamente.

En cambio, para las agrupaciones musicales, la autogestión se presenta como una autogestión comunitaria, es decir, en este lugar los integrantes cooperan en la administración de la agrupación, repartiendo tareas y tomando decisiones en conjunto, esta modalidad se parece a una pequeña empresa en la que los miembros funcionan como colaboradores, fusionando sus destrezas artísticas con habilidades administrativas para ejecutar el proyecto, es así que la coordinación, la comunicación interna y la distribución de responsabilidades son componentes esenciales en esta estructura, reforzando así su carácter corporativo.

Siguiendo este contexto, la gestión es una disciplina fluida y subjetiva, donde hay puntos de vista diferentes acerca de cómo aplicar sus principios, por lo tanto, la mayoría de los académicos presentan variaciones en la misma definición que incluyen el uso de recursos para alcanzar un objetivo (Cardenas- Mariluz, 2024). Lussier (2021) caracteriza a un gerente como la persona encargada de alcanzar las metas de la organización mediante el uso eficiente y efectivo de los recursos, esta definición incluye los componentes fundamentales del empleo de recursos para alcanzar metas (Lloyd y Aho, 2020). Desde la perspectiva de Haro et al. (2020), se sostiene que la gestoría de empresas se basa en la habilidad de los líderes para tomar decisiones en contextos de alta competencia, y esto requiere el entendimiento y manejo de algunas habilidades esenciales de gestión.

Al definir la gestión empresarial, se puede examinar que es el producto de la ejecución de metas corporativas, y el proceso acelerado que surge de las innovaciones ha facilitado el acceso a gran escala a la información y la comunicación, lo que se refleja en el ámbito económico y económico transformaciones significativas en la estructura de producción, comercio y financiación a escala global (Miño Ayala, Mayorga Pozo, & Padilla Martínez, 2023). Es decir que, la gestión de empresas o gestión empresarial no es un objetivo en sí mismo, sino un instrumento, entendiéndose que su objetivo principal es garantizar que las metas de la empresa se concreten, esto comprende todas las tareas de gestión convencionales tales como la planificación, organización, dirección y control, todas dirigidas a un objetivo concreto.

Por otra parte, el significado de gestión empresarial ha progresado en la medida que el hombre ha avanzado en la adquisición de nuevas tecnologías y relaciones para el mejoramiento de nuevos productos y servicios, buscando satisfacer a los clientes, también busca a través de las personas, mejorar la productividad y la competitividad de las empresas o negocios (Julio Quintana, P. D., 2020). Teniendo en consideración este concepto, para una agrupación musical su producto es su música y su servicio son las presentaciones en vivo, la gestión empresarial concebida de manera moderna aplicada a esta industria implica que exista un uso estratégico de las nuevas tecnologías ya sea para producir, componer o distribuir su arte más eficaz, y transformar de esta manera de forma radical las relaciones con el público y también en el mercado.

En consecuencia, esta visión sostenida por Quintana lejos de ser exclusiva o privilegiada de las organizaciones en sentido estricto es más bien esencialmente aplicable al ámbito de las agrupaciones musicales, ya que esta revela que incluso dentro de un sector inherentemente artístico, también operan bajos los principios de gestión vigentes y son estos mismos principios que determinan el éxito y la sostenibilidad de las organizaciones. Es por ello que, la gestión empresarial es un reflejo de la capacidad de las empresas para adaptarse y también innovar, y este proceso de adaptación e innovación es bidireccional influenciado por el desarrollo tecnológico, por las tendencias marcadas por los usuarios quienes moldean de cierto modo el avance, la eficiencia y la competitividad de las empresas, entonces, este dinamismo afirma que la buena gestión empresarial tiene que permanecer como disciplina y en constante redefinición, para siempre estar orientada a responder las cambiantes demandas del mercado para el logro de los objetivos empresariales.

Ruiz, C. B. (2022), describe que un elemento transversal en esta gestión es la profesionalización, al integrar conocimientos, habilidades, prácticas especializadas en todas las áreas con el objetivo de mejorar su eficiencia, competitividad y sostenibilidad. Actualmente las agrupaciones en la ciudad de Manta están adoptando prácticas empresariales para consolidar su presencia en el mercado, también buscan sobresalir de la competencia con la creación de un repertorio amplio y adaptable que pueda satisfacer la demanda del público.

Esta investigación se respalda desde diversas perspectivas que examinan tanto la importancia teórica como la utilidad práctica de sus descubrimientos en el marco de las agrupaciones musicales de Manta, primero el estudio está centrado en la necesidad de entender la gestión de empresas en áreas menos investigadas por la literatura académica convencional, como es el ámbito cultural-artístico, aunque la gestión ha sido ampliamente

analizada en el contexto empresarial, su uso y las especificidades de su expresión en entidades con objetivos primordialmente artísticos y estructuras frecuentemente informales, como las agrupaciones de música necesitan un análisis más detallado.

Este estudio al examinar la influencia de las prácticas de gestión en el triunfo de estas agrupaciones ayuda a ampliar el conocimiento sobre la administración en el tercer sector y en la economía naranja, proporcionando un aporte útil a las teorías administrativas tradicionales que generalmente se enfocan en organizaciones con objetivos de lucro precisos y jerarquías estrictas.

Desde un enfoque más pragmático, el estudio trata un problema evidente en el ecosistema musical de Manta que, a pesar de su habilidad y compromiso, las agrupaciones se topan con retos considerables vinculados a la sostenibilidad financiera, la visibilidad y la posición en un mercado cada vez más competitivo, por otra parte, al reconocer y examinar las prácticas de gestión (tanto formales como informales) que han probado ser eficaces para el triunfo y la persistencia de estas agrupaciones, la investigación proporciona información útil que puede utilizarse como fundamento para la creación de estrategias, programas de formación y políticas de respaldo más relevantes y ajustadas a la situación de los músicos locales.

Adicionalmente, la importancia social de esta investigación reside en reconocer el valor cultural y económico de las agrupaciones musicales, ya que estas no solo potencian el entramado social y cultural de Manta, sino que también representan una fuente de trabajo y también impulsan la economía de la zona, por lo tanto, entender los elementos que favorecen su éxito y sostenibilidad es un avance esencial para robustecer el sector cultural en general; esta investigación constituye un recurso esencial para la elaboración de políticas públicas que superen el simple respaldo artístico, incluyendo una perspectiva de crecimiento corporativo que facilite a los artistas la autogestión eficiente y la consolidación de sus proyectos a largo plazo.

La presente investigación se profundizó en la intrínseca relación identificada entre la gestión empresarial y el crecimiento sostenible de las agrupaciones musicales de la ciudad de Manta, más allá del interés y el estudio netamente artístico, la investigación buscó descubrir las dinámicas gerenciales utilizadas en el sector cultural artístico (musical) en un contexto socioeconómico, de este modo, se propuso como problemática central cómo las prácticas de gestión empresarial incidieron en el éxito de las agrupaciones musicales en la ciudad de Manta.

Conjuntamente, se realizó una exhaustiva revisión de literatura académica y especializada, con el fin de fundamentar teóricamente el estudio a partir de fuentes secundarias relevantes, en este sentido, el presente estudio tuvo como objetivo general analizar la gestión empresarial y su impacto en el éxito de las agrupaciones musicales, este estudio se rigió por la hipótesis general la cual indicó que la gestión empresarial incide de manera significativa en el éxito de las entidades musicales, siguiendo esta línea, para el logro óptimo del objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: identificar las prácticas de gestión empresarial vigentes en las agrupaciones musicales de Manta; analizar la relación entre las estrategias de reconocimiento utilizadas y el público alcanzado

por las agrupaciones musicales de Manta; valorar cómo la planificación financiera y la administración de los recursos impactaron en la rentabilidad económica de las agrupaciones musicales de Manta.

En este contexto, la investigación examinó de qué manera la adopción de los principios y los instrumentos de gestión se mostraron en el adecuado funcionamiento y los resultados de las agrupaciones musicales, el entendimiento de estas dinámicas proporcionó una identificación de los factores claves que contribuyen el crecimiento, estabilidad y reconocimiento de las agrupaciones musicales en el entorno ecuatoriano.

Para abordar la problemática, se utilizó una metodología de alcance descriptivo con un enfoque cualitativo, en este contexto, la recolección de datos se llevó a cabo a través de entrevistas semiestructuradas para obtener información detallada y relevante sobre las experiencias y las perspectivas de los actores involucrados, este método permitió una comprensión más panorámica sobre las prácticas de gestión utilizadas en las agrupaciones, los desafíos enfrentados y sus estrategias.

Metodología

El presente estudio adoptó un enfoque cualitativo, orientado a entender de manera más profunda la gestión empresarial utilizada en las agrupaciones musicales y como esta impacta directamente en su éxito, gracias a este enfoque se pudo explorar las experiencias y las distintas percepciones de los actores involucrados del tema estudiado.

El enfoque de investigación cualitativa es una técnica o procedimiento de estudio que persigue el entendimiento detallado de un fenómeno dentro de su ambiente natural, el enfoque cualitativo en la investigación se fundamenta en técnicas de recopilación de datos más centradas en la comunicación que en los procesos lógicos o estadísticos, las áreas de mayor concentración son los individuos, las comunidades y las culturas, este enfoque de investigación sostiene que el saber es más subjetivo que objetivo (Narváez, 2023).

La investigación se llevó a cabo a través de un alcance descriptivo con un diseño transversal no experimental, con los datos recolectados en un momento único, sin manipulación de las variables, buscando detallar y categorizar las prácticas de gestión empresarial de mejor modo, con el único propósito de describir el fenómeno en cuestión en su estado actual.

Según Velázquez (2023) un enfoque transversal no experimental de carácter descriptivo se emplea para describir un fenómeno, grupo o población en un instante concreto, sin alterar variables ni determinar vínculos causales, el objetivo es detallar las características y distribución de algunas variables en un momento específico, sin tratar de explicar por qué estas variables existen o cómo interactúan entre ellas. Por otro lado, el enfoque descriptivo se orienta en la detallada caracterización de las propiedades de un fenómeno, grupo o población, en un diseño de corte transversal, esta descripción se lleva a cabo en un solo momento temporal, sin un seguimiento longitudinal (Guevara et al., 2020).

En este sentido, la población de estudio estuvo constituida por 5 agrupaciones musicales de la ciudad de Manta las cuales son: (El combo de Darwin, Grupo Kbana, Los gigantes de Jairo, Orquesta Banda Joven, Los de la

salsa) que se desenvuelven en géneros musicales generalmente tropicales, dada la naturaleza de la investigación y en concordancia del objetivo general de obtener información detallada sobre este fenómeno estudiado, se incluyó la totalidad de la población en la muestra, en este sentido, para la selección de estas agrupaciones se tomó como indicador su representatividad o relevancia dentro del escenario musical local, y su trayectoria.

Para la recolección de datos se utilizó una entrevista semiestructurada, la cual permitió recopilar a detalle información sobre cada una de las agrupaciones, proveyendo una comparación más precisa tanto de experiencias como de prácticas de gestión vigentes, este instrumentó posibilitó información para tener un análisis más profundo sobre el impacto de la gestión empresarial en estas agrupaciones musicales.

De este modo, una entrevista semiestructurada es un enfoque de entrevista que fusiona preguntas previamente establecidas con la capacidad de indagar en temas que emergen durante el diálogo, la combinación de la estructura de una entrevista estructurada con la profundidad de una entrevista no estructurada, posibilita que el entrevistador modifique el diálogo para conseguir la información requerida (Personio, 2022).

Los resultados fueron analizados, con el propósito de identificar temas, patrones, y tendencias comunes en las respectivas respuestas de los entrevistados, para así poder establecer la relación entre las variables, a través del software de análisis cualitativo Atlas TI.

Resultados

Los resultados de esta investigación cualitativa derivados del análisis de las entrevistas semiestructuradas a cinco agrupaciones musicales de Manta evidenciaron patrones consistentes y peculiaridades muy significativas en sus prácticas de gestión empresarial, estos resultados ofrecen una visión completa e integral de cómo la organización interna, la planificación, la gestión, la promoción y la sostenibilidad influyen en el éxito de las agrupaciones musicales en la competitiva industria musical.

Las agrupaciones musicales en la ciudad de Manta realizan sus operaciones con base a una estructura organizacional predominantemente informal y centralizada en liderazgo, en la mayoría de los casos analizados la dirección y las decisiones clave recaen en los miembros fundadores o en el líder principal, si bien es cierto se identificaron roles específicos para la contratación de eventos, sonido, o marketing que suelen ser asumidos por el director o miembros con mayor antigüedad, un hallazgo permanente en todas las agrupaciones es que las responsabilidades relacionadas con las finanzas y la gestión de recursos humanos son manejadas de forma exclusiva por los dueños o propietarios, de este modo sugiere una fuerte confianza y un control directo sobre los aspectos económicos y el manejo del personal dentro de cada agrupación musical. No obstante, en contraste con esta estructura organizacional centralizada, también se observó una estrategia de distribución colaborativa del contenido audiovisual, donde todos los miembros participan activamente en la difusión de material en sus redes sociales personales para potenciar la visibilidad grupal y así tener más alcance dentro del mercado.

En la dimensión de la toma de decisiones y planificación los hallazgos revelaron que las agrupaciones comúnmente carecen de una organización formal para establecer sus objetivos ya sea a corto, mediano o largo plazo, ya que el enfoque predominante es empírico y adaptativo basando de esta manera las decisiones en la experiencia acumulada y las necesidades emergentes del día a día en lugar de seguir una planificación estructurada. La coordinación de actividades como son los ensayos, es flexible y se ajusta a la disponibilidad de los integrantes de la agrupación quienes pues generalmente tienen otras ocupaciones laborales aparte de ser miembro de la agrupación, lo que en ocasiones pues lleva a la programación en horarios alternativos principalmente nocturnos, adicionalmente, en lo que se refiere a la inversión en los equipos, la tendencia general es que cada integrante asuma la responsabilidad de adquirir y mantener sus propios instrumentos, aliviando así la carga financiera directa de la agrupación.

En este sentido, el modelo de gestión empresarial adoptado por las agrupaciones se describe como empírico, fuertemente influenciado por la experiencia práctica y la respuesta a las demandas inmediatas del entorno, la improvisación y la adaptabilidad son cualidades destacadas en su operación diaria. Un desafío en el ámbito financiero que enfrentan de manera homogénea las agrupaciones es la obtención de capital, donde los dueños o directores de las agrupaciones frecuentemente suplen las necesidades económicas con sus propios recursos personales, lo que implica combinar ingresos de otras fuentes laborales con los generados por los shows de la agrupación, esto lo único que subraya es que existe una dependencia significativa del capital individual para la sostenibilidad y el mantenimiento de equipos de amplificación y otros gastos operativos de la empresa.

En cuanto a la promoción y marketing las agrupaciones musicales han implementado estrategias claras con un característico enfoque en la imagen de calidad y la presencia digital, por ejemplo realizan sesiones fotográficas profesionales y crean material audiovisual de presentaciones en vivo, estas estrategias son prácticas de marketing estándar en este tipo de organizaciones, todo este contenido se publica activamente en diversas plataformas de redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok o WhatsApp para proyectar así una imagen profesional que permite dar a conocer el formato del show ofrecido. La gestión de estas tareas recae, en la mayoría de los casos, en el director o en uno de los líderes, aunque algunos mencionaron haber tenido apoyo de otros miembros en etapas iniciales, estas estrategias han demostrado ser efectivas para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de las agrupaciones, permitiéndoles expandir su alcance más allá de Manta y obtener contratos a nivel nacional.

Los desafíos más significativos para la sostenibilidad de las agrupaciones están relacionados con factores externos incontrolables, principalmente la inseguridad que afecta al país, las cancelaciones de shows debido a situaciones de conmoción social o eventos de inseguridad representan pérdidas económicas directas por gastos operativos y de movilización, por lo que lo vuelve un obstáculo recurrente que impacta directamente su rentabilidad y operatividad.

A pesar de estas adversidades externas, los factores internos considerados esenciales para la permanencia y el logro de objetivos son la buena comunicación entre los integrantes y el estricto cumplimiento de los roles encomendados, de esta manera, la ausencia de conflictos personales u organizacionales internos, junto con un ambiente

de respeto y familiaridad son identificados como pilares fundamentales que les han permitido mantenerse activos a lo largo del tiempo y alcanzar sus metas.

A continuación, se presenta una tabla resumen de los hallazgos:

Tabla 1: Tabla resumen de resultados

<i>Área de enfoque</i>	<i>Forma de operación de las agrupaciones</i>	<i>Observaciones clave</i>	<i>Porcentajes (%)</i>
Organización interna	Principalmente informal y centralizada en liderazgo, con la dirección del líder o fundadores, existen funciones específicas, sin embargo, las finanzas y recursos humanos son gestionadas por los dueños.	Propone un elevado nivel de confianza y dominio directo, además de una comparación fascinante con la difusión conjunta de contenido digital.	60%
Planificación estratégica	La organización formal a largo plazo es insuficiente o inexistente, las elecciones son empíricas, fundamentadas en la vivencia y la reacción al "diario vivir".	Indica una enorme capacidad de adaptación, pero también una posible ausencia de una visión organizada para el futuro, la adaptabilidad es esencial para las posiciones de los integrantes.	80%
Gestión financiera	Dominan un enfoque empírico, la adquisición de capital representa un reto, y los propietarios satisfacen las demandas con sus recursos individuales.	Hay una intensa dependencia del capital personal, la sostenibilidad está directamente relacionada con la habilidad económica de los líderes.	100%
Promoción y visibilidad	Gran inversión en fotografías/vídeos de alta calidad y participación activa en las redes sociales; la administración es responsabilidad del líder.	Tácticas eficaces para incrementar la notoriedad, la presencia en línea es su instrumento principal para ampliar el mercado.	80%
Sostenibilidad de la empresa	Influenciada por elementos externos como la inseguridad, los cuales provocan pérdidas financieras, no obstante, la unidad interna, la comunicación y la ejecución de funciones son esenciales para la permanencia.	Destaca la capacidad de resistencia interna ante dificultades externas, los "elementos blandos" (comunicación, respeto) tienen la misma relevancia que los elementos operativos.	60%

Fuente 1: Resultados de entrevista realizada a los líderes de las agrupaciones musicales

Discusión

El propósito de esta sección es analizar e interpretar los hallazgos obtenidos de las entrevistas semiestructuradas realizadas a los cinco grupos musicales de la ciudad de Manta, relacionándolos con los objetivos específicos, la hipótesis general del estudio y la literatura académica relevante, esta discusión busca ofrecer una comprensión profunda y pragmática de cómo se manifestaron las prácticas de gestión empresarial en el sector musical tropical de la ciudad, así como sus implicaciones para el desarrollo y sostenibilidad de estas entidades artísticas.

Los resultados indicaron que la organización de las agrupaciones musicales de Manta se distingue por su carácter o perfil mayoritariamente informal y liderazgo centralizado, esta estructura en la que el director o los miembros fundadores son quienes toman las decisiones cruciales difiere de las estructuras más jerárquicas o formales esbozadas por Fayol (1916) en su visión de la organización. Sin embargo, en la situación específica de estos colectivos artísticos, esta informalidad parece coexistir con una evidente distribución de responsabilidades críticas, de manera concreta, el descubrimiento de que las tareas de administración de las finanzas y de los recursos humanos son gestionadas

únicamente por los propietarios o titulares de los grupos pone de manifiesto una dimensión de control y dedicación personal esencial para su funcionamiento.

Esta concentración en sectores tan sensibles puede ser una táctica para garantizar la seguridad y la rapidez en la toma de decisiones económicas y de personal, aunque también podría indicar una posibilidad de delegación y profesionalización más amplias a medida que se expandan las agrupaciones. Por otra parte, las publicaciones de materiales audiovisuales en las redes sociales por parte de todos los miembros refleja una efectiva organización horizontal para la promoción de las agrupaciones, esta perspectiva aunque informal aumenta la visibilidad del grupo musical y se beneficia de las redes personales de cada miembro, demostrando de esta manera una adaptación más pragmática a las actuales herramientas de marketing digital, este hallazgo responde directamente al objetivo de reconocer las prácticas actuales de gestión empresarial mostrando un modelo híbrido en el que la informalidad coexiste con acciones estratégicas y colaborativas para alcanzar objetivos operativos.

En cuanto a la toma de decisiones y la planificación, los hallazgos apuntan a una notable tendencia hacia un modelo empírico y adaptativo, en lugar de la planificación formal que Koontz y Weihrich (2012) sugieren como óptima para la proyección organizacional, en este sentido, la falta de objetivos formalmente establecidos a corto, medio o largo plazo, así como la dependencia del «día a día» y de la «experiencia», indican que estas agrupaciones operan bajo un esquema de reacción ante contingencias más que de predictibilidad estratégica.

El modelo de gestión empresarial presentado por las agrupaciones musicales estudiadas es coherente con una perspectiva empírica y reactiva, los hallazgos corroboran que el funcionamiento se basa en demandas experienciales e instantáneas, tal y como proponen Koontz y Weihrich (2012) sobre una posible gestión híbrida o intuitiva en determinados entornos artísticos, sin embargo, un elemento crucial y común fue el reto financiero y cómo se gestiona.

En este contexto, la dependencia del capital personal de los propietarios o gestores para hacer frente a las demandas de financiación y mantenimiento de los equipos subraya un alto nivel de dedicación personal, pero también pone de manifiesto la susceptibilidad de las agrupaciones a la capacidad financiera de un solo individuo, esta práctica al no ser una estrategia financiera diversificada o institucionalizada, influye directamente en la rentabilidad financiera, un elemento crucial para evaluar cómo influyeron la planificación financiera y la gestión de los recursos en la rentabilidad, aunque el compromiso personal compensa la ausencia de financiación externa esto limita el desarrollo a largo plazo y la capacidad de la agrupación para gestionar crisis o capitalizar importantes oportunidades de inversión.

El hecho de que el director o uno de los líderes sea el principal responsable de la gestión de estas tareas garantiza una visión conjunta de la marca y el mensaje, la consecución de acuerdos a escala nacional evidencia con pruebas el triunfo de estas tácticas de marketing digital y la difusión de una reputación de calidad, esto demuestra que aunque existen estructuras internas informales, hay una gestión externa eficaz del marketing que ha facilitado que las agrupaciones trasciendan el ámbito local y lleguen a un público más amplio.

La sostenibilidad de las agrupaciones musicales de la ciudad de Manta se ve considerablemente afectada por elementos externos incontrolables, siendo la situación de inseguridad que enfrenta el país el reto más crítico, en este sentido, las interrupciones de espectáculos provocadas por circunstancias de alarma social, conllevan pérdidas financieras directas debido a los costos ya realizados en transporte y renta de herramientas, este factor subraya la fragilidad del sector cultural ante las circunstancias macroeconómicas y sociales, un aspecto que Robbins y Coulter (2018) ubicarían como uno de los retos que las organizaciones en desarrollo deben aprender a adaptarse y vencer.

Para Condori Cari, et al. (2020), las agrupaciones musicales no solo dependen de su talento artístico, sino también de su capacidad para manejar contratos, promoverse en redes sociales y medios tradicionales, administrar ingresos y gastos, y ofrecer propuestas diferenciadas que les permitan destacarse en una escena musical cada vez más diversificada.

En el contexto de Manta, esta gestión empresarial adquiere una dimensión particular al estar influenciada por los factores culturales, sociales y económicos propios de la ciudad. Manta, como una ciudad costera donde sus principales fuentes de ingreso provienen de actividades de pesca, comercio y turismo, ofrece múltiples oportunidades para las agrupaciones musicales dentro del rubro de prestación de servicios artísticos. Sin embargo, también presenta retos, como la necesidad de adaptarse a públicos diversos, la competencia en el mercado musical y la búsqueda constante de innovación en sus servicios.

En esencia, los hallazgos de esta investigación apoyan la hipótesis principal que proponía que la gestión empresarial tiene un impacto considerable en el éxito de las agrupaciones musicales de la ciudad de Manta, aunque este impacto no se expresa a través de modelos de gestión estrictamente formales u organizados como los que se encuentran en las empresas convencionales, se percibe un tipo de gestión empírica, adaptable y estrechamente vinculada al compromiso individual y cooperativo de sus miembros.

Conclusiones

Después del análisis bibliográfico del tema de estudio, sus antecedentes, y del análisis de los resultados de las entrevistas se pueden llegar a las siguientes conclusiones:

- Las agrupaciones logran su éxito con una sólida aplicación de estrategias de promoción de marketing digital y una fuerte vinculación interna además de un marcado uso de herramientas tecnológicas, los retos económicos y los riesgos externos vinculados a la inseguridad son los más significativos, que se reducen, en gran medida, gracias al capital personal y a una fuerte comunicación interna, se concluye que la inversión realizada en la imagen y la presencia digital está directamente relacionada con el alcance alcanzado, posibilitando que las agrupaciones superen el ámbito local y garanticen acuerdos a escala nacional.
- También se concluye que el éxito no siempre se basa en la formalidad de la gestión o el uso tan técnico de esta, sino más bien en la capacidad de los emprendimientos para ajustar dichos principios de gestión a su

situación particular priorizando la resiliencia, el compromiso individual y la eficiencia en ámbitos esenciales de su organización.

- Las agrupaciones funcionan principalmente sin una organización formal de metas a corto, medio o largo plazo, lo que indica un modelo de administración reactivo fundamentado en la experiencia cotidiana, se deduce que, aunque esta capacidad de adaptación facilita la flexibilidad en las operaciones, también restringe la habilidad para una proyección estratégica a largo plazo y la predicción de oportunidades o riesgos complejos, lo cual puede impactar en la diversificación de sus proyectos y en la optimización de la rentabilidad.
- El éxito y la sostenibilidad de las agrupaciones musicales se alinean a partir de una ardua interacción entre los factores externos y los factores internos, la centralización mencionada en los resultados es eficaz en la toma de decisiones sobre los recursos humanos y los elementos financieros por parte de los dueños es fundamental, esta agrupación de control permite que los activos sean asignados estratégicamente asegurando la perfecta funcionalidad del talento humano y del capital.
- La viabilidad de las instituciones está seriamente en peligro debido a elementos externos incontrolables, en particular la inseguridad nacional que causa la anulación de eventos y pérdidas financieras, sin embargo, se determina que la habilidad de las organizaciones para sostenerse y buscar sus metas se basa en una sólida cohesión interna, una comunicación eficaz y la estricta ejecución de roles, estos elementos disminuyen las consecuencias negativas y potencian la capacidad de resistencia de la organización frente a las dificultades del ambiente.
- Para las autoridades del país, esta investigación resalta la relevancia de plantear políticas públicas que verdaderamente consideren la realidad que enfrentan estos grupos musicales en operatividad y los desafíos externos que enfrentan, se deduce que es crucial que las autoridades de cultura y gobierno establezcan políticas públicas que tomen en cuenta auténticamente estos retos tanto externos como internos, fomentando un entorno seguro y sistemas de respaldo financiero que promuevan la profesionalización y reduzcan los riesgos particulares del sector artístico.

BIBLIOGRAFÍA

- Alaminos- Fernández, A. F. A. (2023). La música popular como poder blando cultural. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8767043>
- Cardenas- Mariluz, D. (2024). Gestión empresarial y competitividad de empresas de supervisión y análisis químico al sector minero del Perú, año 2022. Revista Industrial Data, 27(1). <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9788452.pdf>
- Condori-Cari, L. W., Larico-Mamani, E., Machaca-Huancollo, D. F., & Molina-Chambi, E. E. (2021). <https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2796>
- ESA. (2023, 6 noviembre). El Papel de la Música en la Sociedad Contemporánea - ESA. ESA - Escuela Superior de Arte. <https://www.galileo.edu/esa/noticias/el-papel-de-la-musica-en-la-sociedad-contemporanea/>
- Fayol, H. (1916). Administración industrial y general. París: Dunod. (Aunque la fecha es de la primera publicación, se hace referencia a sus principios clásicos de administración).
- Fuertes, G. (2021). Las agrupaciones musicales. Emusic. Recuperado 23 de junio de 2025, de <https://emusic.droppages.com/apuntes/lasagrupacionesmusicales.pdf>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7591592.pdf>
- Haro Haro, E., Rodríguez Alegría, M., & Urbina Poveda, M. (2020). Gestión de control interno para Pymes desde el gobierno corporativo e incidencia en resultados financieros, sector comercial. Ciencia digital, 23.
- Juan de Dios, Marco A. y Roquer, Jordi. 2020. “La producción musical: un reto para la musicología del siglo XXI”. Cuadernos de Etnomusicología. N°15(2). https://dl1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/67434780/00._JUAN_DE_DIOS_ROQUER_LA_PRODUCCION_MUSICAL_UN_RETO_PARA_LA_MUSICOLOGIA_DEL_SIGLO_XXI_-libre.pdf?1622022929=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLA_PRODUCCION_MUSICAL_UN_RETO_PARA_LA_MU.pdf&Expires=1750704437&Signature=YYmVpIJttSkbTJ0AzreoZ8zNEg6QFObFEEMuwFli3PuCkfWyDhu16so7Ta5w4K6zLasICRoA8wQ1B0XoVgFHFFIUwQM4Et2PxoeE44bHUs5md89KkLD2dReuzLGh1TWb-w7Y53rs--X7tsHL4FQ0ciE-hKmKaZvagVny~RvKtQa47usqBNWxe2ngzcO2OFuXsG5G8wU7ginVfsgF4X462ZChuTjvv3Z~wB1wzbHqd3p~ENS8eZz~P4bJ42KKMxKEibgk7ux4bOh2LMOOnSeM7s2RJWSyGqCTnw9fcEGIZEfUODJ78XcIWal~rIfiKuQuzIf-M5zpNfLD7uDVQuR8oA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

- Julio Quintana, P. D., (2020). Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*, 4(16), 272-283. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.99>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15ª ed.). Ciudad de México: Pearson Educación.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2012). *Administración: Una perspectiva global, empresarial y de innovación*. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Lloyd, R. y Aho, W. (2020). Las cuatro funciones de la administración: una guía esencial para los principios de la administración. Recursos educativos abiertos de administración. <https://doi.org/10.58809/CNFS7851>
- Lussier, R. (2021). *Fundamentos de gestión: conceptos, aplicaciones y desarrollo de habilidades*. Thousand Oaks, CA, EE. UU.: Sage Publications.
- Miño Ayala, N. A., Mayorga Pozo, G. A., & Padilla Martínez, M. P. (2023). LA La gestión empresarial para una buena administración de las pymes comerciales de la ciudad de Ambato. *AlfaPublicaciones*, 5(1), 127–142. <https://doi.org/10.33262/ap.v5i1.307>
- Narvaez, M. (2023). Método de investigación cualitativa: Qué es y cómo usarlo. *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-de-investigacion-cualitativo/>
- Ñopo-Olazabal, Víctor Hugo. *Gestión en la industria musical: generación de un modelo de negocio*. Pensam. palabra obra [online]. 2022, n.27, pp.128-147. Epub Dec 04, 2022. ISSN 2011-804X.
- Orive, I. (2020). La revolución de la industria de la música tras la aparición de las plataformas digitales y las nuevas técnicas de captación de ingresos. [Tesis de grado, Universidad Pontificia Comillas]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/37347/TFG%20-%20Orive%20Badias%2c%20Ignacio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Peña, C. (2015). *IMPLICACIONES TECNOLÓGICAS EN LA EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA MUSICAL*. Idus. <https://idus.us.es/server/api/core/bitstreams/b1b12fea-43a8-49f3-8695-b8d365bd4c4c/content>
- Personio. (2022, 13 abril). Entrevista semiestructurada: qué es, cómo hacerla y sus áreas de aplicación. <https://www.personio.es/glosario/entrevista-semiestructurada/>
- Pilao- Rodríguez, Á. (2020). *LA INDUSTRIA MUSICAL, LA CIBERNÉTICA Y EL “STREAMING”* [Tesis de grado, Universidad de Sevilla]. <https://core.ac.uk/download/pdf/334818263.pdf>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Administración* (14ª ed.). Ciudad de México: Pearson Educación.

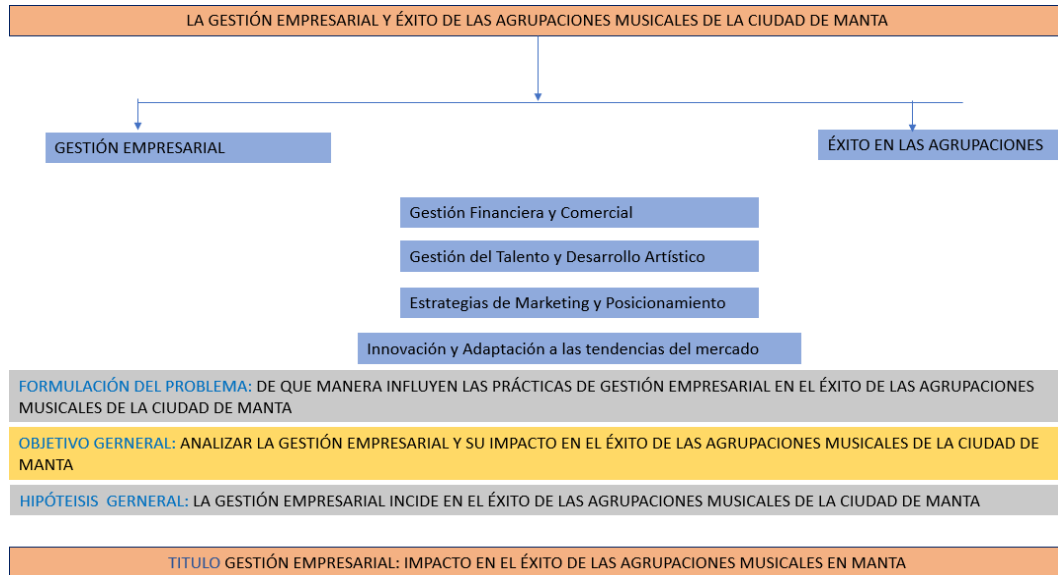
Valdivia, P. R. A. (2022). El futuro de la industria musical en la era de la inteligencia artificial. Artnodes.
<https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i30.399485>

Varano, J. I. (2020, 1 mayo). Estrategias y desafíos de la industria musical en tiempos de pandemia y virtualidad.
<https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/103253>

Velázquez, A. (2023, 16 junio). Investigación no experimental: Qué es, características, ventajas y ejemplos.
QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-no-experimental/>

ANEXOS

Anexo 1: Modelo teórico de la investigación



Anexo 2: Entrevista a representantes



ENTREVISTA DIRIGIDA A REPRESENTANTES DE AGRUPACIONES MUSICALES

Indicaciones: Esta entrevista es solo para propósitos académicos y se mantendrán en secreto las respuestas. El tiempo que se necesita es de unos 15 a 20 minutos. Con su permiso, puedo tomar apuntes o grabar la charla para revisarla más tarde.

CATEGORÍA 1: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Fayol (1916) indica que la organización implica la estructuración y coordinación de los recursos humanos y materiales de tal manera que se pueda lograr los objetivos de la entidad. En un grupo musical, esto conlleva distribuir responsabilidades, determinar roles y establecer vías de coordinación interna.

¿Podría explicar cómo han organizado internamente su grupo? En otras palabras, ¿se establecen roles establecidos entre los miembros, tales como responsables de redes sociales, contratación, finanzas o gestión de sonido?

¿De qué forma se distribuyen esas responsabilidades y qué impacto ha tenido esa organización en el desempeño y rendimiento del equipo?

CATEGORÍA 2: TOMA DE DECISIONES Y PLANIFICACIÓN

De acuerdo con Koontz y Weihrich (2012), la planificación es la tarea administrativa que facilita la proyección del porvenir de la organización y la definición de objetivos precisos para su logro. Cada colectivo artístico que implementa una planificación, aunque sea de forma básica, se encuentra mejor preparado para administrar recursos, prever oportunidades y prevenir improvisaciones.

Considerando su trayectoria como grupo musical, ¿podría detallar si han realizado algún tipo

de organización formal o no formal que les facilite definir objetivos a corto, mediano o largo plazo?

¿Cómo estructuran su tiempo según ensayos, exposiciones, inversiones o adquisición de equipos? ¿Quién tiene la responsabilidad de establecer estos objetivos dentro del equipo?

CATEGORÍA 3: GESTIÓN EMPRESARIAL

De acuerdo con Koontz y Weihrich (2012), hay varios métodos de gestión que las organizaciones pueden implementar dependiendo de su tamaño, madurez, metas y recursos. Algunas optan por un enfoque empírico fundamentado en la vivencia, mientras que otras prefieren una administración estratégica y organizada. En el campo del arte, numerosas agrupaciones implementan una gestión híbrida, fusionando la intuición con una planificación parcial.

Desde su trayectoria como grupo musical, ¿cómo definiría el tipo de gestión que implementan en la actualidad? ¿Piensa que su operación se fundamenta más en la experiencia y el día a día o han optado por un modelo más organizado, estratégico o formal? ¿Podría proporcionar ejemplos que muestren cómo distribuyen recursos o abordan los desafíos de la organización?

CATEGORÍA 4: PROMOCIÓN Y MARKETING

Kotler y Keller (2016) argumentan que la estrategia de marketing es esencial para alcanzar visibilidad y posicionamiento en mercados competitivos, es decir la capacidad que tiene una empresa para ser reconocida por el público y ser percibida de manera específica. Para las agrupaciones de música, la administración de redes sociales, la colaboración con los organizadores de eventos y las tácticas de promoción son fundamentales para crear oportunidades.

¿Qué estrategias han puesto en marcha para impulsar su agrupación y conseguir acuerdos? ¿Hacen uso de redes sociales, asociaciones o administradores externos para promocionarse? ¿Quién administra esta sección dentro del equipo y qué logros han conseguido?

CATEGORÍA 5: SOSTENIBILIDAD Y FACTORES DE ÉXITO

Robbins y Coulter (2018) sostienen que las organizaciones prósperas son las que logran

ajustarse a las transformaciones, superar dificultades y aprovechar sus fortalezas. En el contexto artístico, esto conlleva el desarrollo de resiliencia y competencias de administración para seguir siendo relevantes.

En su trayectoria, ¿cuáles han sido los desafíos más significativos que han afrontado como grupo musical (por ejemplo, financieros, organizativos o de rivalidad)? ¿Qué elementos de la administración interna considera que han resultado fundamentales para mantenerse a lo largo del tiempo y lograr sus objetivos?

Anexo 3: Carta de Originalidad

CARTA DE ORIGINALIDAD

JOURNAL BUSINESS SCIENCE

Declaración de originalidad y Cesión de derechos de autor.

Mediante el presente documento, los autores abajo firmantes certificamos que el

artículo que se presenta para su posible publicación en la revista JOURNAL BUSINESS SCIENCE, titulado: **“Gestión Empresarial: Impacto en el éxito de las agrupaciones musicales en Manta”**, es original y no contiene elementos limitados, clasificados, sujetos a patente, ni en vías de publicación, ni publicados en ningún otro espacio editorial, en ningún idioma. No nos responsabilizamos con el contenido del artículo y declaramos no tener asociación comercial que pueda generar conflictos de interés en relación con éste.

Las figuras e ilustraciones que lo acompañan representan fielmente los hechos informados y no han sido alteradas digitalmente. Todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados e incluidos en las Referencias. Para la redacción del presente artículo científico se declara que no se ha utilizado inteligencia Artificial para la redacción del mismo. Por lo anterior, declaramos que todos los materiales que se presentan están totalmente libres de derecho de autor y, por tanto, nos hacemos responsables de cualquier litigio o reclamación relacionada con derechos de propiedad intelectual, exonerando de toda responsabilidad a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí - Ecuador.

En caso de que el trabajo presentado sea aprobado para su publicación, como autor(es) y propietario(s) de los derechos de autor, autorizamos de manera ilimitada en el tiempo a la revista JOURNAL BUSINESS SCIENCE para que pueda reproducirlo, editarlo, distribuirlo, exhibirlo y comunicarlo en el país y en el extranjero por medios impresos, electrónicos, bases de datos, repositorios de pre y post publicación, Internet o cualquier otro medio conocido o por conocer. De igual forma, los autores firmantes reconocemos que la revista JOURNAL BUSINESS SCIENCE asume como suyos los principios del acceso abierto establecidos en las declaraciones de Berlín, Bethesda y Budapest; razón por la cual aceptamos que el trabajo que se presenta sea distribuido en acceso abierto, resguardando los derechos de autor bajo una licencia “creative commons”.

El incumplimiento de este código de ética implicará que los autores involucrados en esta violación no se le permita publicar artículo alguno o documento por un período de 5 años.

Para constancia de lo anteriormente expuesto, se firma esta declaración a los 22 días, del mes de Julio, del año 2025, en la ciudad de Manta.

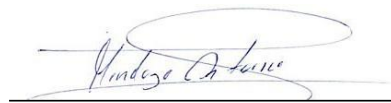


Berni Holguín Terán

Telf:0999766754

Orcid:0009-0008-9153-1793

Correo: e1313159152@live.uleam.edu.ec



Antonio Mendoza Briones

Telf:09995151536

Orcid: 0000-0002-0461-3416

Correo: amado.mendoza@uleam.edu.ec