



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRIA EN FINANZAS Y ECONOMIA EMPRESARIAL**

TEMA:

Análisis de la Gestión Administrativa en la Economía Creativa para el fortalecimiento del sector musical en el Ecuador

AUTOR:

Jiménez Cedeño, Rosemarie Andrea

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Magister en Finanzas y Economía Empresarial**

TUTOR:

Ing. Alcívar Avilés María Josefina, Ph.D.

GUAYAQUIL, ECUADOR

A los 6 días del mes de marzo del año 2026



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Jiménez Cedeño, Rosemarie Andrea**, como requerimiento para la obtención del título de Magíster en Finanzas y Economía Empresarial.

TUTOR:

Ing. María Josefina Alcívar Avilés, Ph.D.

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María Teresa Alcívar Avilés, Ph.D.

Guayaquil, a los 6 días del mes de marzo del año 2026



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Jiménez Cedeño, Rosemarie Andrea**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Análisis de la Gestión Administrativa en la Economía Creativa para el fortalecimiento del sector musical en el Ecuador** previo a la obtención del título de Magíster en Finanzas y Economía Empresarial, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 6 días del mes de marzo del año 2026

LA AUTORA:

Jiménez Cedeño, Rosemarie Andrea



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Jiménez Cedeño, Rosemarie Andrea**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la Gestión Administrativa en la Economía Creativa para el fortalecimiento del sector musical en el Ecuador**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 6 días del mes de marzo del año 2026

LA AUTORA:

Jiménez Cedeño, Rosemarie Andrea

7%
Textos sospechosos

1% **Similitudes**
0 % similitudes entre comillas
< 1 % entre las fuentes mencionadas
Idiomas no reconocidos (ignorado)

< 1% **Idiomas no reconocidos (ignorado)**

6% **Textos potencialmente generados por la IA**

Nombre del documento: Jimenez_Rosemarie 2025.docx
ID del documento: acdfc165e476156fa0e3e210a99081eb5a165c8
Tamaño del documento original: 905,36 kB

Depositante: María Teresa Alvar Avilés
Fecha de depósito: 7/11/2025
Tipo de carg: interface
fecha de fin de análisis: 7/11/2025

Número de palabras: 28.378
Número de caracteres: 194.723

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 localhost Plan de negocio bajo modelo de comercio compensado entre bananero ... http://localhost:8080/semilla/bolnetsem/331717136/3/T-UCSG-PMS-ESP-CR-618.pdf.txt 6 Fuentes similares	< 1%	 Palabras idénticas: 0 	< (259 palabras)
2	 localhost Compra pública solidaria e inclusiva. http://localhost:8080/semilla/bolnetsem/331756903/3/T-UCSG-PDS-DIF-1.pdf.txt 3 Fuentes similares	< 1%	 Palabras idénticas: 0 	< (156 palabras)
3	 TRABAJO FINAL - CEDEÑO FALCONEZ CHRISTOPHER JOSE.docx TRABAJO... #145120  Viene de mi grupo 3 Fuentes similares	< 1%	 Palabras idénticas: 0 	< (156 palabras)
4	 ESPINOZA BARZOLA MARIA DE LOS ANGELES.docx ESPINOZA BARZOLA... #145463  Viene de mi grupo 3 Fuentes similares	< 1%	 Palabras idénticas: 0 	< (125 palabras)
5	 Documento de otro usuario #40232  Viene de otro grupo 1 fuente similar	< 1%	 Palabras idénticas: 0 	< (123 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 doi.org El enfoque cualitativo: Una alternativa compleja dentro del mundo de la ... https://doi.org/10.25381/r.j.vb15.2440	< 1%		Palabras idénticas: = 1% (18 palabras)
2	 isbn.cloud Investigación cuantitativa ISBN 978-958-5459-00-7 - Libro https://isbn.cloud/9789585459007/investigacion-cuantitativa/	< 1%		Palabras idénticas: = 1% (13 palabras)
3	 fincahotewayaya.com La Influencia de la Música Colombiana y sus Nuevos Artis... https://fincahotewayaya.com/la-influencia-de-la-musica-colombiana-y-sus-nuevos-artistas-en-	< 1%		Palabras idénticas: = 1% (16 palabras)
4	 Documento de otro usuario  Vienes de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: = 1% (16 palabras)
5	 Institutoautar.org Internacional: Se publica un informe sobre la remuneración ... https://investigatour.org/se-publica-un-informe-sobre-la-remuneracion-en-el-sector-audiovis	< 1%		Palabras idénticas: = 1% (17 palabras)

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

- 1  https://issuu.com/cayosebastianacostaencuena/docs/magazine_octubre-nro_14/s/9826061
- 2 <https://observatorio.uartes.edu.ec/2024/09/28/resistir-ante-lo-mainstream-un-vistazo-al-sector-musical-ecuatoriano/>
- 3  <https://www.traveler.es/viajeros/articulos/estudio-revela-los-paises-mas-influyentes-en-la-musica-medimops/20436>
- 4  https://igc.scahahed.com/recursos/files/r161rhw6022w/Arias_S2.pdf
- 5 <https://www.wipo.int/wipolex/es/legislation/details/r17150>

Agradecimiento

Agradezco primero que nada a Dios por permitirme haber alcanzado esta meta, de culminar mi tesis de maestría con éxito pese a las dificultades personales, sociales y laborales que se presentaron durante el desarrollo de esta.

Agradezco a los profesionales ecuatorianos en materia musical, al violinista Ecuador Pillajo y al barítono Alex Rodríguez por haber proporcionado un aporte muy significativo a mi tesis, con su vasto conocimiento y experiencia en el ámbito profesional de la música ecuatoriana a través de las entrevistas brindadas.

Agradezco también a mis amigos: Ruth Mejía, su esposo Franklin Bravo y a su hija María Belén Bravo, a Fabio González y a Jorge Oviedo, por haber colaborado proactivamente en el focus group que me permitió obtener información valiosa para el desarrollo de mi propuesta en esta tesis.

Agradezco a mi tutora de tesis, Ing. María Josefina Álvarez Ph.D., o miss Pepita como le agrada a ella que la llamemos, por su orientación, guía, paciencia y predisposición para conmigo y mi trabajo durante el desarrollo de mi tesis.

ROSEMARIE JIMÉNEZ

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi esposo Richard John y a mi hija Doménica Sofía, quienes me han acompañado durante el transcurso de mi maestría; mi esposo con su paciencia, humildad y amor profundo, quien hacía posible que mis largas horas de estudio no se vieran interrumpidas, colaborando con las tareas del hogar mientras yo me conectaba a las clases on line los fines de semana, o incluso reemplazándome en el canto durante la misa del domingo en nuestra parroquia; y mi hija, quien desde que me enteré que la llevaba en mi vientre en abril de 2024, me acompañó durante el resto de mi maestría, durante las clases y ahora que ya está nacida, durante el desarrollo de mi tesis, y se convirtió en el motor principal de motivación por alcanzar este objetivo en mi vida profesional.

Dedico también este trabajo a mi otra familia, mi madre Carmen Haydeé, mi abuelita materna María (Nita), mis hermanos Roberto Andrés y Bianka Tamara, y a mi querido sobrino Andrés Alexander, quienes siempre han sido un gran apoyo en mi vida y a quienes les debo mucho por cuanto han hecho por mí, en las buenas y en las malas.

Y por último, pero no menos importante, dedico este trabajo a todos aquellos músicos, sean emergentes, sean profesionales, sean independientes, sean dependientes laborales de una empresa, pertenecientes a alguna iglesia, los que cantan en un bus o al pie de un semáforo por algunas monedas, aquellos que al menos alguna vez pisaron un escenario con la intención de hacer brillar su talento pero que tal vez no lo lograron y se desmotivaron a continuar, a todos esos profesionales de la industria musical que aportan con su trabajo cada día, en sus diferentes ramas de profesión, para que esta industria no ‘muera’ aún. Su trabajo es maravilloso, sin su talento, los días de las personas serían grises, y espero que mi propuesta sea tomada en consideración para lograr un gran cambio en la industria musical ecuatoriana.

ROSEMARIE JIMÉNEZ



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. María Josefina Alcívar, PhD.

REVISORES:

Econ. Uriel Castillo Nazareno, PhD.

CPA. Cecilia Vélez Barros, PhD.

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Econ. María Teresa Alcívar Avilés, PhD.

Tabla de contenido

Introducción	1
Capítulo I: Generalidades del Trabajo	3
Antecedentes	3
Planteamiento de la Contextualización del problema en tiempo y espacio.....	5
Sistematización del problema: problema general, indicadores	9
Delimitación del problema	10
Objetivos planteados	10
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos	10
Justificación.....	11
Hipótesis o preguntas que derive del problema.....	12
Formulación del problema	12
Preguntas de investigación.....	12
Metodología.....	12
Planificación Gantt de las actividades de la investigación	13
Capitulo II: Marco Teórico, Conceptual y Metodológico.....	14
Marco teórico	14
Marco conceptual	19
Marco legal.....	39
Marco metodológico.....	42
Enfoque de trabajo	42
Alcance de investigación	43
Diseño de la investigación	44
Técnica de la investigación.....	45
Herramientas y procedimiento parar procesar información recopilada.....	45

Objeto de estudio	46
Perfil de los entrevistados	46
Perfil de los participantes del Focus Group	47
Capítulo III: Caracterización de la necesidad administrativa de los músicos.....	48
Resultado de la entrevista: Clara Rodríguez	48
Análisis e interpretación de la entrevista.....	51
Resultado de la entrevista: Alex Rodríguez	52
Análisis e interpretación de la entrevista.....	55
Resultado de la entrevista: Ecuador Pillajo	56
Análisis e interpretación de la entrevista.....	58
Resultado de focus Group	59
Análisis e interpretación del Focus Group	63
Capítulo IV: Propuesta de Estrategias Administrativas para los artistas	64
Titulo	64
Objetivos de la propuesta	64
Objetivo general.....	64
Objetivos específicos	64
Interrogantes de la propuesta	65
Estructura de la propuesta	66
Propuesta	67
Perfil artístico.....	67
Perfil administrativo	73
Estrategia comercial.....	79
Conclusiones y Recomendaciones	88
Conclusiones	88
Recomendaciones	89
Bibliografía	90

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Sistematización del problema.</i>	9
Tabla 2. <i>Análisis e interpretación del desarrollo del Artista Musical en Ecuador.</i> .	51
Tabla 3. <i>Análisis e interpretación de los cambios necesarios en la industria.</i>	55
Tabla 4. <i>Análisis e interpretación del desarrollo administrativo.</i>	58
Tabla 5. <i>Análisis e interpretación del focus group.</i>	63
Tabla 6. <i>Esquema de perfilación de identidad artística.</i>	67
Tabla 7. <i>Esquema de valoración de identidad artística.</i>	68
Tabla 8. <i>Esquema de perfilación de identidad visual.</i>	69
Tabla 9. <i>Esquema de valoración de identidad visual.</i>	71
Tabla 10. <i>Esquema de perfilación de narrativa personal</i>	72
Tabla 11. <i>Esquema de perfil de puestos - Gerente general.</i>	74
Tabla 12. <i>Esquema de perfil de puestos – Director de Desarrollo Artístico.</i>	75
Tabla 13. <i>Esquema de perfil de puestos – Director de Producción Musical.</i>	75
Tabla 14. <i>Esquema de perfil de puestos – Director de Marketing.</i>	76
Tabla 15. <i>Esquema de perfil de puestos – Director de Management</i>	76
Tabla 16. <i>Esquema de perfil de puestos – Director Financiero.</i>	77
Tabla 17. <i>Esquema de perfil de puestos – Director Jurídico.</i>	77
Tabla 18. <i>Estrategia de Alianzas comerciales</i>	79
Tabla 19. <i>Estrategia de colaboración flexible.</i>	81

Tabla 20. <i>Estrategia de gestión digital</i>	84
--	----

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Planificación Gantt.....	13
<i>Figura 2.</i> Macro modelo de la estructura de negocio para organizaciones musicales	16
<i>Figura 3.</i> Ingresos económicos percibidos por el sector del entretenimiento.....	26
<i>Figura 4.</i> Gestión de sellos independientes.	37
<i>Figura 5.</i> Gestión administrativa de la industria musical.	38

Resumen

La presente propuesta de investigación abordó el análisis de la gestión visto desde el enfoque de la economía creativa con el objetivo de proponer estrategias que fortalezcan el sector musical en el Ecuador, para ello, se partió de la contextualización teórica sobre la economía creativa y el desarrollo comercial de la industria musical, complementada con el análisis de variables obtenidas a través de la aplicación de herramientas metodológicas que permitieron identificar los principales retos del sector. En este sentido, los resultados generados de la entrevista a diversos profesionales del sector musical y la conformación de un focus grupo para entender la realidad de los artistas independientes, permitieron elaborar una propuesta estructurada bajo tres ejes fundamentales que abarca el perfil artístico, el modelo administrativo y el plan comercial, siendo dichos enfoques los criterios necesarios para impulsar la profesionalización del artista independiente y la consolidación al sector musical como motor cultural y económico del país.

Palabras Clave: Economía creativa, Sector musical, Gestión, Estrategias Comerciales.

Abstract

This research proposal addressed the analysis of administrative management seen from the approach of the creative economy with the aim of proposing strategies that strengthen the music sector in Ecuador, for this, it was based on the theoretical contextualization on the creative economy and the commercial development of the music industry, complemented with the analysis of variables obtained through the application of methodological tools that allowed to identify the main challenges of the sector. In this sense, the results generated from the interview with various professionals in the music sector and the formation of a focus group to understand the reality of independent artists, allowed the development of a proposal structured under three fundamental axes that covers the artistic profile, the administrative model and the commercial plan, these approaches being the necessary criteria to promote the professionalization of the independent artist and the consolidation of the music sector as the cultural and economic engine of the country.

Keywords: *Creative Economy, Music Sector, Administrative Management, Commercial Strategy.*

Introducción

En la actualidad, encontrar nuevas fuentes de ingreso económico se ha convertido en uno de los principales motivos para replantear las estrategias de desarrollo que rigen la economía de un país, adoptando un enfoque de participación más creativo, cultural y basada en el conocimiento. En este sentido, dicha tendencia ha despertado un mayor interés por explorar nuevas formas de comercio al fortalecer aquellos sectores creativos del mercado que logran fortalecer la identidad cultural de una localidad o sociedad en general.

En el Ecuador, la música constituye una parte esencial de la expresión cultural del país y la diversidad, en este sentido, el desarrollo de la música se ha logrado un destacado reconocimiento tanto nacional como internacional, sobresaliendo entre los diversos géneros, el Pasillo ecuatoriano y la Marimba afro esmeraldeña, mismos que, han sido declarados como patrimonio cultural inmaterial en 1993 y 2010 respectivamente. Sin embargo, dicha distinción se ha visto excluida en la industria musical del Ecuador.

Un claro ejemplo sobre el decline de los artistas ecuatoriano que aun buscan resaltar el folklor que caracteriza al país lo describen los autores, Cabanilla y Tenorio, (2017), quien destacan que, el desapego a la música tradicional se debe principalmente por el ritmo que lo define, siendo por momentos triste o exagerado, otra cualidad que se destaca se debe a la letra musical que no expresa ninguna realidad, entre los factores externos, se resalta la ausencia en la radio y la ideología de que se cataloga como música para gente de la tercera edad.

Ante dicha situación, el presente proyecto de investigación cobra relevancia dentro del marco investigativo, puesto que, contempla como objetivo indagar únicamente en una de las actividades que forma parte de la economía creativa, específicamente, la industria musical del Ecuador, siendo este, reconocido no solo por el valor histórico y cultural que engloba, sino el potencial que tiene como motor de desarrollo económico para el país.

A partir de lo expuesto, la propuesta de investigación, indaga en la importancia de entender a la música como una actividad paralelo al comercio y

prestación de servicios, estableciéndose como un campo en desarrollo que permite crear nuevos caminos de realización no solo en el ámbito profesional, sino también social, es a partir de este último enfoque, que la investigación se profundiza en las oportunidades para la integración en el mercado ecuatoriano, pues se pretende demostrar el valor que tiene la industria musical como organismo sólido para la creación de recursos económicos y la sostenibilidad del sector a lo largo del tiempo, ocupando un lugar entre las actividades de transporte, educación, turismo y la banca.

Por ende, establecer una revisión general a los enfoques que ejecutan otros países latinos para el desarrollo de la industria musical y la viabilidad de adaptación de dichas acciones en el Ecuador, permitirá presentar un proyecto de desarrollo económico que apoye a los artistas ecuatorianos a proyectar eficientemente la realización de los objetivos y por consiguiente a la creación de nuevos espacios de comercio.

Así pues, el presente estudio aborda en primera instancia el estado situacional de la industria fonográfica en el Ecuador y el nivel de participación en la creación de nuevos espacios de comercio en el país, así también, se determinan los objetivos de investigación, el alcance del tema y las preguntas a responder.

De igual modo, se establece la recopilación bibliográfica sobre la economía creativa, el desarrollo de la industria musical en el Ecuador, el impacto en la economía nacional en los últimos años y la comparación frente a otros países de Latinoamérica. De igual modo, se plantea la recolección de datos a nivel cualitativo que permitirá conocer los retos que enfrentan los artistas nacionales, además de, entablar un diálogo con expertos en economía creativa, de modo que, se entienda cuáles son las oportunidades que acompaña el desarrollo de los artistas musicales.

Finalmente, se plantean aquellos lineamientos estratégicos para integrar a la industria musical a los sectores de desarrollo económicos del país, determinando los métodos de ejecución y las acciones estatales concretas para promover la sostenibilidad, el impacto a nivel social y la internacionalización de los proyectos.

Capítulo I: Generalidades del Trabajo

En este capítulo se propone el relato ontológico del fenómeno que complica al desarrollo normal dentro del contexto social. En este relato se proponen los antecedentes, la descripción del problema, la sistematización del problema, la delimitación del problema, la justificación de la investigación y, los objetivos generales y específicos de la investigación.

Antecedentes

Partiendo desde los orígenes atávicos del ser humano, el sonido ha sido una de las formas más primitivas y fundamentales en la comunicación, tanto así que, en la actualidad, se logran reconocer diversos hallazgos que evidencian cómo el ser humano ha tenido como inercia aprender de la naturaleza y asimilarla a través de diferentes objetos e incluso a través del propio cuerpo, un claro ejemplo de ello se evidencia en la danza y la música tradicional.

En concordancia con lo expuesto, el historiador, Navarro, (2024), sostiene que, la música es un lenguaje universal que se encuentra en todos los rincones del mundo y en ella se han empleado todo tipo de instrumentos o recursos propios de la naturaleza para su creación, tal es el caso del hallazgo arqueológico que muestra una flauta con más de 43000 años de antigüedad y cuyo material se compone del hueso de un animal.

A partir de ello, se reconoce que, la música ha formado parte desde el origen de los grupos sociales comprendiéndose como un elemento que formó parte de las tradiciones locales al igual que las actividades de comercio, un concepto claro sobre la importancia que tiene la música en el contexto diario de las actividades lo define la autora, Moisand, (2020) quien relata que, ante los cambios inevitables de la vida cotidiana la música se ha empleado como una herramienta que busca expresar la unidad, la fraternidad y la capacidad colectiva para luchar o rememorar el pasado empleando las melodías o himnos tradicionales que cuenta los hechos ocurridos.

Cabe añadir que, la música por muchos años se consideró como una actividad de entretenimiento mas no de comercialización, un ejemplo claro sobre ello se ve reflejado en las acciones de una época antigua, en donde, el entretenimiento musical

solo formaba parte de las actividades lúdicas de cierto grupo social que ocupaba un posicionamiento importante en la colectividad o eran usados para llevar rituales religiosos.

Sin embargo, en la actualidad, la música ha obtenido un avance y alcance radical en la vida diaria de las personas y en la conformación de comercios locales e internacionales, así pues, el empuje de la industria ha transformado el concepto de, solo entretenimiento, a uno de oportunidades económicas capaces de alcanzar altas cifras de ingresos monetarios, tal es el caso de Spotify, que, como medio de intermediación entre los artistas y el consumidor ha permitido que cantantes, desde profesionales y amateurs den a conocer la música que desarrollan logrando un crecimiento significativo en el campo.

Viéndose en términos monetarios, Iqbal, (2025), destaca que, Spotify, reporto para el 2024 un aumento del 17.9% en los ingresos anuales, obteniendo así, un promedio de recaudación por encima de los \$15.600 millones de euros, y que, en comparación a los últimos 5 años se han triplicado.

Y es que, a comparación de cómo se desarrollaba la música en sus inicios, el impulso de las plataformas digitales se ha convertido en el principal elemento para la divulgación de la misma, en palabras de, Pilao, (2020), la industria musical ha emprendido un desarrollo significativo gracias a la cibernética y el streaming cambiando por completo el sector del entretenimiento, y es que, tras una clara crisis entre los años de 1980 a 1999 fue la digitalización de la industria que se extendió hasta el 2003 lo que revivió el mercado musical. No fue sino hasta el 2008 que la presentación de plataformas digitales transformó la forma de reproducir música en todo el mundo, así pues, dicho formato paso de representar el 4% de la industria a consolidarse con un 37% en el 2019.

En este sentido, puede afirmarse que la música no solo comprende una actividad de entretenimiento de poco alcance, por el contrario, la misma tiene repercusión en la creación de todo tipo de empresas que no solo buscan promover la música del artista, sino también, impulsar a través de la profesionalización en el acampamiento para la realización de los eventos, de estrategias de publicidad para lograr un posicionamiento y de comercialización de productos relacionados con el

artista, todas estas actividades crean nichos en el mercado y como tal, generan un valor económico.

Planteamiento de la Contextualización del problema en tiempo y espacio

La música es un recurso que si bien, en el término físico no comprende un elemento sólido, el mismo puede transmitir una sensación casi física capaz de llevar al sujeto hacia un entorno en específico que yace solo en la memoria de este recreando la sensación de lo tangible. Así pues, partir de dicho enfoque, es posible reconocer a la música como una herramienta que lleva en la humanidad tantos años como la existencia propia del hombre y que a su vez contempla una amplia variedad y enfoque de representación de una sociedad.

Para comprender a un nivel general por qué la necesidad de la investigación y el estado situacional de la problemática que se trata en la misma, el siguiente apartado describe diversos entornos en el cual, la industria musical en el Ecuador no comprende un marco de interés económico desde la participación de la empresa privada mucho menos de los organismos públicos.

Dentro del contexto de participación a nivel comercial, educativo, emocional o matemático, la música pareciera un eje completamente lejano a los enfoques que promueven la generación de recursos económicos de una sociedad incapaz de mantenerse a lo largo del tiempo, sin embargo, dicha visión del mismo comprende una definición errónea, en la actualidad es posible reconocer a la música como uno de los tantos ejes de participación económica en el cual, la creatividad toma el rol funcional para la generación de valor en la sociedad hoy en día.

Considerando lo expuesto, se presenta el concepto de economía creativa, en el cual, considera a la música, la literatura, el arte visual como actividades que promueven la generación de ideas y expresiones culturales con un valor simbólico y principalmente comercial que buscan insaciablemente conectar, cuestionar y comprender a los principales actores que mantienen el giro de la economía, en palabras de, Leiva, (2025), sostiene que, para que la economía creativa sea sostenible este debe atender las cualidades, capacidades e intereses de una sociedad, por tanto,

invertir en infraestructuras culturales, capacitaciones y redes de colaboración favorece la presentación de productos y servicios con valor añadido.

Dicho esto, se reconoce que el enfoque de la economía creativa no solo comprende un marco de desarrollo cultural con valor comercial, sino también de impacto social, según lo describe un informe presentado por las Naciones Unidas, (2022), la economía creativa no solo es un recurso vital para el desarrollo sostenible en las comunidades locales, sino que también promueve el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles, dando salida a los problemas presentes en la pobreza, la desigualdad de género, la falta de trabajo decente, la ausencia de industrias, infraestructuras e innovación, el aumento en las brechas de disparidades sociales, el desbalance financiero entre las ciudades y comunidades y por último, en la carencia de la producción y consumo responsable.

No es erróneo considerar que, si se considerara a las industrias culturales creativas como una nación, este ocuparía el cuarto lugar en la economía mundial, tanto por el valor generado en Producto Interno Bruto y la cantidad de la mano de obra que se genera. Para fortalecer dicha idea la Unesco, (2023) reconoce que, la economía creativa ha generado empleos a más de 30 millones de personas quienes en una gran mayoría lo conforman jóvenes, así también, se estima una recaudación superior a los 2.250 millones de dólares al año.

Y es que, a diferencia de las demás industrias que dependen de materiales finitos para la elaboración de productos, la creatividad es un recurso inagotable e infinito, por tanto, fortalecer a las industrias bajo un contexto de desarrollo creativo, no solo garantiza la preservación de los recursos naturales, como la madera, el carbón y el petróleo, sino que también, garantiza las oportunidades para generaciones futuras.

Uno de los eventos que más se destaca a favor del desarrollo de la cultura, se da por parte de la Unesco, (2022), quien través de las conferencias mundiales para la presentación de políticas culturales y de desarrollo sostenible, destaca el claro nexo existente entre la cultura y el progreso equilibrado, planteándose como un pilar fundamental para la continuidad, el compromiso, el empleo, la resiliencia y valor en el avance social y económico dentro y fuera del país.

Considerando lo expuesto, las acciones que promueven el desarrollo de la propuesta busca que, a nivel nacional el Ecuador establezca las políticas públicas, medidas y oportunidades de formación necesarias para el desarrollo la industria creativa y cultural, sin embargo, el florecimiento de la creatividad comprenderá el reflejo de las condiciones que se materializa en este imperio, de modo que, si una estructura organizacional se encuentra en decadencia, el arte, como tal, también lo estará.

Esto se evidencia claramente en el desarrollo de la industria fonográfica del Ecuador, el cual, poco o nada ha generado un impacto a nivel social por la relevancia de las letras que se construyen, de igual modo, la adopción de un único género musical y la falta de apoyo al desarrollo en otras adaptaciones crea un conglomerado de artista que cada vez se parecen más y más, generando una decadencia musical al considerar que ese es el único camino para la realización y éxito en la industria del entretenimiento, de ahí que, la falta de identidad cultural entorpece la valoración de los artistas ecuatorianos.

Una explicación más detallada sobre el desarrollo de la industria musical en el Ecuador lo explica la periodista digital, Astudillo, (2025), quien señala que, pese a que le Ecuador hace énfasis en la expresión de consumir siempre lo nuestro, dicho eslogan es más un reflejo de los elementos que se pueden tocar o degustar, sin embargo, es otra la realidad que enfrentan aquellos bienes inmateriales que a diario millones de ecuatorianos tienen presente para subsistir, así también comenta que, el Ecuador no se figura dentro de los países latinos que apoyan la carrera de los artistas nacionales posicionándose con un 0% de participación, todo lo contrario a Brasil, donde de 50 artistas que mayormente se escuchan en el país, 47 son músicos nacionales.

Y es que, si bien en el Ecuador se reconoce a cierto grupo minoritario de celebridades que han sabido mantener una presencia en la industria musical, la realidad es que, pese a existir un incremento en el número de artistas poco de ellos logran un posicionamiento en el mercado, en palabras de, Gavilanes, (2024), tan solo una docena de artistas logran aparecer en la escena publica cada mes de entre un promedio de 45 aspirantes a artistas profesionales y quienes para mantener dicho objetivo deben invertir miles de dólares para lograrlo. Así también, comenta la autora

que, para lograr producir una canción, promocionar y grabar un clic se requiere del autofinanciamiento de más de \$5000 dólares, lo que representa un impedimento para cualquier artista principiante que busca obtener una carrera sólida en dicha profesión.

Otra de las alternativas que han optado los artistas es alcanzar la viralidad de la música que componen a través de las redes sociales, la periodista, Salazar, (2025), resalta el caso del artista mexicano, Macario Martínez, quien ha sido uno de los más recientes músicos que se ha dado a conocer a través de las redes sociales. En el Ecuador, artista como, Alex Ponce, Jombriel y Nicola Cruz han sabido abrirse paso en la industria musical dado a la perseverancia que mantienen en las plataformas de streaming, no obstante, resalta que, el mercado ecuatoriano se mantiene fuera de la escala internacional y que, pese a que existe talento, los mismos no logran dicha viralidad.

Sin embargo, de forma contraria se desarrollan dichos eventos fuera del Ecuador, en un estudio realizado por, Flores, (2024), periodista del diario, La Prensa, destaca que, el talento nacional en su mayoría obtiene un mayor reconocimiento fuera del país, y es que, en un artículo descrito por la revista de Rolling Stone se destaca a 16 ecuatorianos en el campo musical con gran acogida fuera del país, y si bien, dicha noticia es motivo de orgullo, los comentarios generados por los mismos ecuatorianos revelan una preocupante falta de apoyo para los suyos.

Si bien, dicho panorama refleja una escasa oportunidad de desarrollo económico a diferencia del Ecuador, son varios los países de América latina y el Caribe que han logrado un desarrollo significativo con la industria cultural y creativa, en este sentido, la periodista digital, Archetto, (2021), describe que, Brasil ha logrado ocupar un lugar significativo entre los países que generan valor y mano de obra a través de la industria del entretenimiento y el arte, esto se ha conseguido gracias al fortalecimiento a la identidad cultural que se proyecta en el país dado la particularidad que alcanza el folklor y la música tradicional seguido por Colombia.

Con base a los detalles establecidos, se reconoce que el problema que aborda la industria musical en el Ecuador se debe a la ausencia de los siguientes ejes de desarrollo, de modo que, la propuesta comprenderá un enfoque basado en el diseño y promoción del producto musical nacional:

- La falta de identidad cultural en el ámbito musical.
- La carencia de espacios públicos para la proyección del arte.
- La recesión de la industria musical por parte de organismos públicos y privados.
- La ausencia de estrategias y de acciones concretas con miras a fortalecer la economía creativa.
- Saturación del mercado digital, la monetización desigual y dependencia de algoritmos

Sistematización del problema: problema general, indicadores

Tabla 1. *Sistematización del problema.*

Sistematización del problema			
Variables	Problema general	Indicadores	Problemas específicos
Gestión de la economía creativa	¿Qué elementos estratégicos son necesarios integrar para presentar un proyecto inicial de economía creativa eficiente en el Ecuador?	Nivel de ingreso.	¿Se reconoce a la economía creativa como una fuente de ingreso viable en el Ecuador?
		Grado de valoración social	¿En qué medida se promueve el valor creativo y cultural en la población?
		Inversión nacional	¿La industria musical recibe la atención e inversión necesaria para mantener una proyección a futuro?
Fortalecimiento del sector musical	¿Qué acciones, políticas y programas son necesarias para promover la industria musical ecuatoriana?	Número de empresas	¿Es la industria fonográfica en el Ecuador un negocio redituable?
		Desarrollo del mercado musical	¿Son los artistas ecuatorianos reconocidos nacionalmente en la actualidad?
		Especialización del área	¿Los proyectos y profesionalización del área facilitan el crecimiento de los artistas ecuatorianos?

Delimitación del problema

Con relación a la delimitación del problema, a continuación, se determinan aquellos entornos de participación que son necesarios para analizar y plantear las estrategias de desarrollo en el sector creativo

- Delimitación temporal: 2025
- Delimitación espacial: Ecuador
- Delimitación teórica: Economía creativa y estrategias administrativas
- Delimitación poblacional: Industria musical
- Delimitación metodológica: Investigación bibliográfica y cualitativa

Objetivos planteados

En cuanto a los objetivos de investigación, estos se clasifican en dos enfoques, el primero, el objetivo general, el cual comprende la idea principal de la propuesta, y segundo, los objetivos específicos, mismos que se plantean como acciones a seguir para la realización del tema.

Objetivo general

Analizar la gestión desde el enfoque de la economía creativa para determinar estrategias que permitan el fortalecimiento del mercado musical en el Ecuador

Objetivos específicos

1. Fundamentar teóricamente la investigación.
2. Caracterizar la necesidad administrativa de los músicos.
3. Proponer los lineamientos necesarios tales como: Perfilamiento artístico, Perfilamiento administrativo y Perfilamiento comercial, claves para definir las bases de un plan estratégico que impulse el desarrollo del sector de la música en Ecuador.

Justificación

Reconociendo el contexto que abarca la justificación de la investigación, el presente apartado describe aquellos entornos en el que se desarrolla la propuesta, reconociendo el impacto a nivel teórico, metodológico, práctico y social que se genera con la misma.

En este sentido, a nivel teórico la investigación aporta información crucial tanto para el investigador y para quienes indagan en el desarrollo de la industria cultural creativa marcando un desarrollo que parte de lo general hacia lo específico describiendo aquellos retos económicos y de desarrollo en el Ecuador, para ello, se indagó específicamente en la industria musical, en el cual, se evidencio elementos cruciales dentro de la economía creativa como estrategia para un desarrollo sostenible.

En el ámbito metodológico, la indagación directa acerca de las limitaciones y la importancia de la industria fonográfica permite esclarecer aquellas dudas que se tiene sobre la relevancia de las actividades artísticas como eje para el desarrollo económico, de modo que, la profundización a nivel cualitativo a través de la entrevista a profesionales en el área de la música y de la gestión económica definen aquellas acciones necesarias para generar valor económico desde el espacio artístico.

Por otro lado, desde el contexto práctico, la propuesta de investigación aborda aquellos lineamientos estratégicos cruciales para el desarrollo de la industria musical en el Ecuador, cabe destacar que, dichos lineamientos abarcan un enfoque inicial generado a partir de los resultados obtenidos del análisis de los datos, como también, del contexto teórico recabado.

En este sentido, la propuesta como tal, representa no solo una introducción a las estrategias de desarrollo para el sector cultural, sino también, una solución a los problemas identificados en el entorno de la industria musical, aunque se reconoce que existen diversos enfoques en el marco cultural que requieren de igual atención, la propuesta representa el primer paso hacia la mejora de la situación.

Finalmente, la aplicación social de la propuesta además de representar un plan de estrategia económica que impulsa el desarrollo de las actividades de la

industria musical, también da paso a la generación de nuevas líneas de investigación al consolidar una vista actual sobre la situación del problema promoviendo la proyección de dichas acciones aplicadas en diversos entornos de la economía creativa, dando como resultado un mayor fortalecimiento a la unidad social y la sostenibilidad económica a lo largo del tiempo.

Hipótesis o preguntas que derive del problema

Formulación del problema

¿Qué aspectos de la gestión en la economía creativa permiten fortalecer el sector musical?

Preguntas de investigación

- ¿En qué estado de desarrollo se encuentra la industria fonográfica en el Ecuador?
- ¿Cuál es el impacto que genera en el Ecuador la planificación de estrategias que reactiven el sector de la música?
- ¿De qué manera la propuesta busca generar acciones sostenibles en el tiempo y sustentables en la actualidad con el fortalecimiento a los artistas musicales?

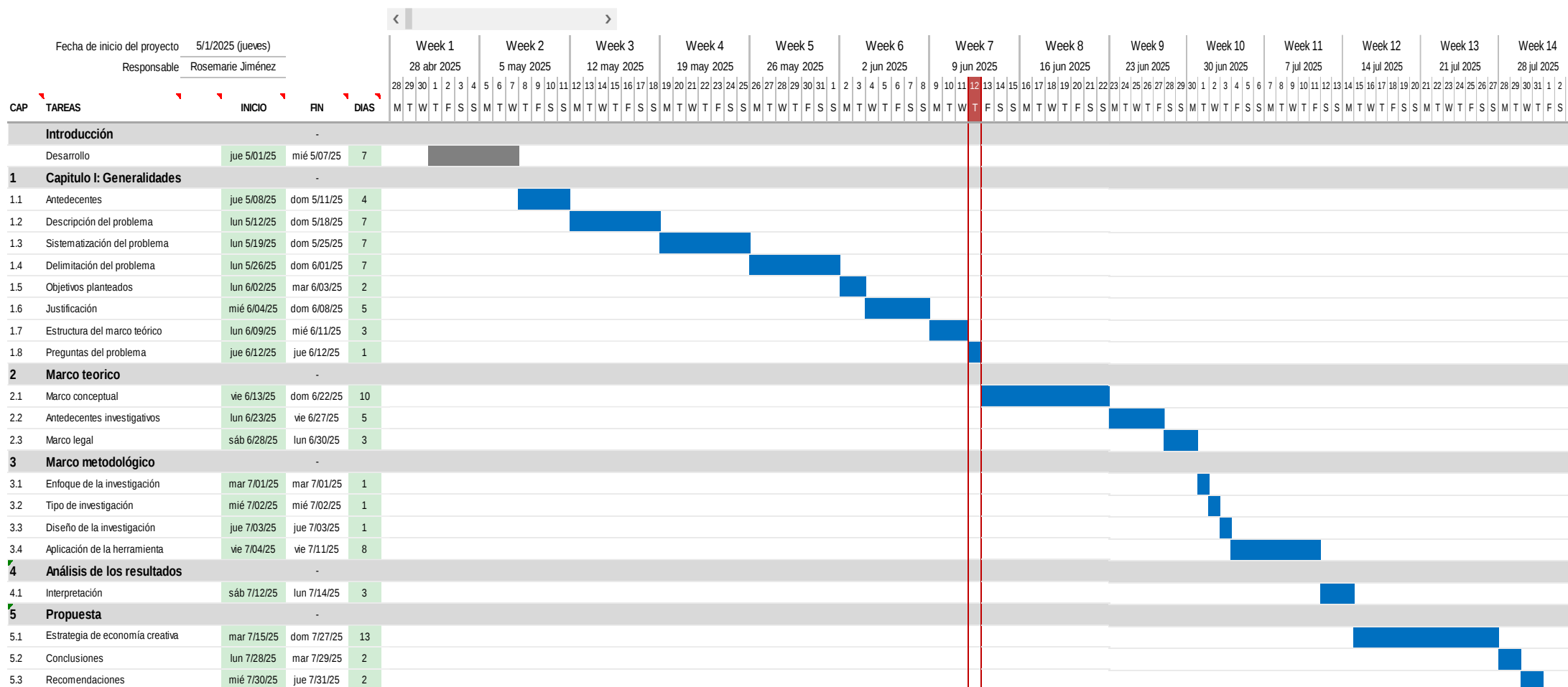
Metodología

En cuanto a la pertinencia metodológica del estudio en curso, la misma comprende el análisis cualitativo de la información y cuya recolección de datos acerca del problema que se investiga únicamente se ejecutará en un periodo de tiempo específico, sin que sea necesario recabar nueva información que contraste los resultados obtenidos.

Dicha postura investigativa yace en comprender el dinamismo del mercado y el entorno económico que engloba a la industria musical en el Ecuador, lo que permitirá establecer la relevancia a nivel social y económico, exponiendo el valor de la industria en la actualidad a lo largo del tiempo.

Planificación Gantt de las actividades de la investigación

Figura 1. Planificación Gantt.



Capítulo II: Marco Teórico, Conceptual y Metodológico

Una vez abordada la problemática del estudio y descrito los objetivos que conformaron la base de la investigación, el siguiente apartado comprendió la indagación literaria sobre las variables que acontecen en el tema, estableciéndose como un recurso investigativo crucial que sustenta los criterios conceptuales tanto de la propuesta como de la ejecución práctica del mismo, partiendo del análisis sobre las principales teorías relacionadas con el desarrollo de la economía creativa y el auge de la industria del entretenimiento en el ámbito musical.

Marco teórico

En este sentido, describir los contextos recientes relacionados con la problemática permitió entender aspectos claves de la industria musical como un eje estratégico y complementario del desarrollo económico en la sociedad. Por tanto, la revisión de diversos trabajos investigativos facilitó el reconocimiento de tendencias en el mercado, así como los principales retos y oportunidades que enfrenta la industria del entretenimiento.

Dicho esto, Caicedo, (2021), en un análisis que abarca el desarrollo de la industria musical en las plataformas digitales, destacó la evolución del mercado y las oportunidades que se desprenden al alcanzar un mayor número de consumidores que no se ven limitados por el distanciamiento físico. Así pues, el autor planteó como objetivo indagar el funcionamiento del mercado digital con el fin de proporcionar una guía que potencialice la participación de artistas independientes a través de las redes sociales, con base al análisis concluyó que, es necesario enfatizar la exposición musical en plataformas de streaming para lograr reconocimiento, así como integrarse a las asociaciones de gestión sobre los derechos de autor para así generar un rendimiento económico duradero.

De igual manera, los autores, Bolaño y Molina, (2020), realizaron un análisis que posiciona a las industrias culturales como parte fundamental de la estructura económica de cualquier país. En dicho estudio, se describe a la industria musical como un organismo flexible capaz de adaptarse a todas aquellas expresiones culturales, cuyo valor se sustenta por los elementos materiales o simbólicos que lo

componen. Con base en ello, la indagación en el contexto teórico sobre la industria cultural y la economía política se centra en la necesidad de crear espacios idóneos para la expresión artística, el reconocimiento y la conservación de las prácticas culturales.

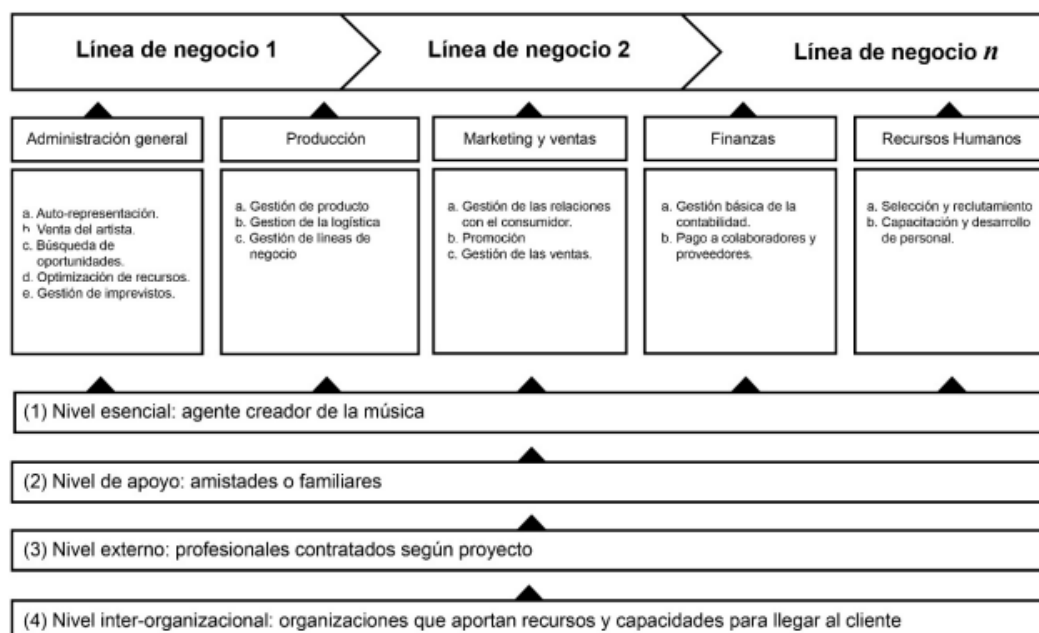
Por otra parte, Orive, (2020), analizó la transformación y evolución de las fuentes de ingreso que se derivan de la industria musical, tomando como punto de partida la digitalización del mercado. En dicho estudio, enfatizó el auge de las presentaciones artísticas a través de las plataformas de streaming, además de, abordar la diversificación de distintos sectores económicos vinculados al merchandising, los patrocinios, las colaboraciones, e incluso, al Sonic branding, el cual, comprende una estrategia de marketing que emplea elementos sonoros como el ritmo o la letra de una canción con el fin de posicionar una marca o generar un recuerdo.

Teniendo en cuenta el desarrollo de oportunidades para la industria musical, resulta necesario comprender la relevancia de una gestión propicia en este ámbito, así pues, De Sancha, (2020), presenta un trabajo investigativo en el cual, analiza la economía de la música desde la perspectiva de la demanda y el emprendimiento en España, en dicho estudio, plantea como objetivo ahondar en el papel que ejerce la música en la estructura social del país, centrando la observación en la demanda por espectáculos de música en vivo y el interés por el consumo de repertorios clásicos. Así pues, los resultados generados resaltan la importancia de preservar la identidad cultural de los pueblos o regiones, así también, define que la demanda varía según los factores conductuales de la sociedad y psicológicos, por lo cual, la participación de los organismos públicos para la divulgación de información y campañas de promoción son cruciales para la conservación de la identidad cultural.

De manera similar, Ñopo, (2022), aborda el tema de la gestión en la industria musical como un factor clave para la consolidación de un modelo de negocio sólido y rentable. De ahí que, dicha investigación indaga en aquellas actividades que son necesarias para formar una estructura de negocio escalable a largo tiempo, así como también los niveles de participación, en este sentido, los resultados evidencian un modelo general en el que convergen diferentes áreas, entre ellos, la administración, la producción musical, las ventas y la exposición, las finanzas y el talento humano. Una

vista más detallada de la propuesta que plantea el autor se ejemplifica en la siguiente imagen:

Figura 2. *Macro modelo de la estructura de negocio para organizaciones musicales*



Información adoptada de libro, *Gestión en la industria musical: Generación de un modelo de negocio*, por, Ñopo, (2022)

Manteniendo el enfoque en la estructura organizacional, los autores, Barbosa, Varón y Montoya, (2023), describen la importancia de establecer un modelo de negocios en el ámbito de la música de cámara, sinfónica y canto lirico en Bogotá. En vista de ello, el análisis reconoce que las organizaciones musicales no establecen las bases necesarias para una gestión firme, tales como, la misión, la visión, los valores y los objetivos. De modo que, concluyen que los principales problemas que se presentan para mantener una asociación y proyectar su desarrollo a largo plazo se originan por la falta de una identidad organizacional, mismo que, compromete la capacidad para realizar negociaciones, establecer colaboraciones y fomentar la cooperación entre los diferentes sectores de la economía.

Una vez abordado el contexto sobre la importancia de la gestión en la industria musical, resulta crucial describir el alcance que puede lograrse a través de una adecuada gestión, en este sentido, Guivernau, (2022), presenta un informe que analiza diversos entornos de América Latina relacionado con el impacto económico

que genera la industria de la música en vivo. Dicho estudio compara el alcance de la industria del entretenimiento tras la situación del año 2020, en el que resalta ejemplos significativos sobre los productores y el entorno sobre el cual se realiza, entre ellos, el festival de Vive Latino, que se desarrolla en la ciudad de México, mismo que tuvo un aforo de 75.000 asistentes por día. Otro caso relevante es el festival Lollapalooza Chile, cuyas fiestas atrajo a 75.000 personas tan solo el primer día alcanzando un total de 225.000 al tercer día. De igual modo, en Colombia, se registró la asistencia de 22.000 personas del cual formaron parte artistas nacionales y extranjeros, finalmente se menciona el EDC México cuyo evento capto un total de 280.000 asistentes en lo largo de los tres días.

Una perspectiva más específica sobre el tema lo describe, Devesa, (2019), quien analiza las derivaciones económicas y sociales que generan los festivales musicales en el lugar que se desarrollan, en dicho estudio se enfatiza la producción de recursos directos, el cual hace referencia a aquellos ingresos percibidos por los organismos públicos y patrocinadores privados que participan en la organización del evento, por otro lado, el impacto indirecto comprende aquellos gastos que desembolsan los asistentes para la puesta en marcha del festival, como lo es la movilización, la adquisición de indumentaria, boletos, entre otros. Finalmente, el impacto inducido o de arrastre son todos aquellos gastos ajenos a la actividad musical, pero que se aprovechan en el mismo espacio, tales como, los negocios de alimentos y de hospedaje.

Con base a los acontecimientos descritos, se reconoce que el desarrollo de la industria musical y el auge del consumo cultural representa una oportunidad única para quienes buscan diversificar ingresos económicos. Dicho esto, el trabajo de, Foppiano, (2016), enfatiza en la rentabilidad de los negocios musicales y la viabilidad para vivir del arte. Dentro de ese enfoque, el autor propone un modelo económico práctico que integra diversos ejes de desarrollo, entre los cuales se reconoce, la gestión empresarial, la labor del marketing, la integración de nuevas tecnologías e incluso la psicología, dado que, las mismas son capaces de contribuir significativamente a la creación de bienes transferibles y tangibles, así como también servicios relacionados con el ámbito artístico.

Y es que, si bien la música no comprende un elemento sólido ni se compone de una estructura física, la misma tiene capacidad para ser exportada a todas partes del mundo, una clara representación de dicha idea lo presenta Fernández, (2022), quien expone las prácticas de exportación musical del K-Pop y el consumo por la audiencia española, para ello, la autora aborda en el contexto de la producción y la interconexión cultural. Dicho estudio concluye que, las agencias de entretenimiento en Corea del Sur establecen una estructura organizacional vertical que les permite actuar como intermediarios e impulsores del mercado al mantener el control sobre los procesos de reclutamiento para compositores y coreógrafos, producción musical, encargados de desarrollar al talento artístico, la generación de contenido, como lo puede ser los reality show o programas de entretenimiento, personal de marketing específicamente en aquellos encargados de mantener la presencia de los artistas en las redes, gestión de eventos, editoriales y merchandising.

En este sentido, Ortiz, (2022), añade que, el impacto económico de la industria musical en Corea del Sur representa un modelo clave en el desarrollo social y cultural del país, del cual, se exporta un alto volumen de productos y servicios relacionados con el K-Pop, en el análisis presentado por la autora, se destaca que, el valor que se obtiene se debe al impulso de la propiedad intelectual los cuales abarcan desde las canciones, las letras, los instrumentos, los videos musicales, las coreografías, los patrocinios e incluso los materiales promocionales, permitiendo que, todo este conjunto de propiedad intelectual le genere a Corea del Sur un superávit de 160 millones de dólares en la comercialización de dichos artículos.

Sobre este asunto, el autor, Park Jinheon, (2023), en el estudio titulado, De exportación cultural a motor económico: análisis del K-Pop en el crecimiento de la economía surcoreana, enfatiza que, los efectos directos de la gestión de esta industria en Corea de Sur se refleja en tres áreas cruciales que son, la comercialización de la música a través de CD, aunque, si bien este no comprende un recurso que acompaña a los entornos de descarga digital, si se figura como un elemento de colección para los fanáticos, por otro lado, se resalta la labor de las empresas de marketing y publicidad, así como también, de las empresas derivadas, como el sector cosmético y de difusión cultural o turismo.

Una situación similar se ve reflejado en Colombia con la influencia de la música local y la internacionalización de artistas locales quien logran alcanzar un posicionamiento en la industria, para ello, Bedoya, (2024), destaca que, dichos acontecimientos han generado en el país un creciente desarrollo en la industria del turismo, en el cual, turistas de diferentes partes del mundo arriban al país atraídos por los sonidos tradicionales de la cumbia, el vallenato, la salsa y el reguetón, llegando incluso a categorizar a ciertas regiones como por ejemplo la ciudad de Medellín mismo que se la conoce como la capital del reguetón, en este sentido, dicho título ha generado un mayor valor en los ingresos económicos propios del turismo al promover la vida nocturna y la cultura urbana.

Una vez concluido el marco referencial en el que se abordaron diversos enfoques sobre el desarrollo de la industria musical viéndolo desde una perspectiva que trata sobre lo organizacional hasta el valor económico social y cultural, a continuación, el siguiente apartado definió y conceptualizó diversos epígrafes que permitieron comprender la viabilidad del estudiado entre lo que se destaca, la integración de las estrategias de la economía creativa y el estado situacional del mercado musical en el Ecuador.

Marco conceptual

El sector de la industria musical cada vez requiere del trabajo de un mayor número de colaboradores cualificados tomando como iniciativa el paradigma de evolución en este sector. En este sentido, Mir, (2024), señala que, posterior a un periodo de recuperación en el cual, la industria del entretenimiento se vio confinado como medida de prevención contra la propagación el Covid19, el panorama que se evidencia en la actualidad muestra una rápida recuperación de los espacios públicos y una sólida producción de todo tipo de festivales y de música en vivo, así se observa en España al 2023, quien registra un mayor ingreso económico que supera las cifras facturas previo a la pandemia, estableciendo una marca de \$570 millones por ventas de entrada a los conciertos y eventos, a comparación de los \$382.50 millones generados en el 2019.

No obstante, durante el estado de confinamiento con el fin de evitar la caída total de la industria del entretenimiento y también de los distintos niveles de

participación directos e indirectos, la misma autora, Mir, (2024), añade que, la adaptación de la industria musical a las nuevas formas de integración al mercado, ha supuesto un gasto adicional y de pocos beneficios durante el aislamiento, por lo que, se reclama la participación de los organismos estatales para evitar futuros eventos similares que comprometan el giro de la actividad económica de una sociedad en general.

Con base a lo expuesto, la necesidad de establecer nuevos modelos de negocios y la participación activa de los organismos estatales para la formación y conservación de las actividades culturales supone un acto fundamental para el fortalecimiento del sector creativo, de modo que, dicho ámbito se vea tratado como parte del motor económico de un país y como herramienta de cohesión para la sociedad.

Estableciendo un mayor acercamiento geográfico del tema, el siguiente contexto resalta el papel estratégico de la cultura como motor de desarrollo social e identitario, para ello, en Colombia, el Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, (2025), describe que, en un inagotable desarrollo de la diversidad biocultural que abunda en el país, el avance que se establece sobre la cultura ha permitido que se integre a los pilares esenciales de la economía llevando a la necesidad de presentar leyes y ordenanzas que buscan preservar y garantizar la vida digna de los habitantes que yacen en los pueblos y comunidades, en este sentido, la fijación del proyecto, Planes Nacionales de Cultura, abarca diversos aspectos artísticos, entre ellos, el Circo, el Teatro, la Danza y la Música de los cuales se consolidaron una serie de acciones y herramientas estratégicas que buscan ampliar y fortalecer los derechos culturales en cada área y territorio del país.

Por su parte, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador, (2022), ante la necesidad de preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural y arquitectónico del país presenta el Plan de Fortalecimiento Institucional de Patrimonio, entre los que se destaca, sitios de patrimonio mundial y manifestaciones del patrimonio inmaterial, es en este último, que se presenta la normativa sobre el fondo de fomento a las Artes, la Cultura y la Innovación, la creación y producción de artes musicales y sonoras, el cual, está a cargo el Instituto de Fomento a la Creatividad e Innovación mismo que establece las convocatorias para fondos

concursables no reembolsable para el financiamiento de proyectos y festivales cuyo objetivo sea promover la cultura de una comunidad.

Así pues, se reconoce el rol estratégico de la cultura en el desarrollo económico y social, el cual se evidencia en los diferentes niveles de análisis abordados anteriormente. En dicho contexto, se destaca participación de las entidades gubernamentales con el fin de fortalecer y orientar al sector creativo, de igual modo, se expone la necesidad de consolidar nuevos modelos de negocios enfocados en lo cultural, entendiendo que, si bien la cultura representa un bien simbólico, el mismo puede convertirse en un eje clave para el desarrollo territorial.

Tomando como referencia lo anteriormente planteado, es necesario profundizar en aquellos conceptos generales que sustentan la propuesta, para ello, es fundamental definir las variables del tema, reconociendo a la economía creativa como la variable independiente, y al desarrollo de la industria musical, como la variable dependiente.

Componentes claves que se desarrollan sobre la economía creativa

Economía

Previo a establecer la conceptualización de la economía creativa, es necesario entender desde lo básico que comprende la idea, si bien, puede entenderse dicho término como un elemento que abarca únicamente la revisión de números o valores, la realidad es que la misma se enfoca en las personas y los grupos sociales para entender las acciones que realizan con el fin de satisfacer las necesidades primarias y complementarias.

En este sentido, Astudillo y Paniagua, (2012), enfatiza que, la economía nace como una ciencia social cuyo propósito radica en entender la imposibilidad de satisfacer todos los deseos del ser humano, tomando en cuenta que el ingreso económico, en muchos casos, no permiten cubrir las necesidades básicas. Así también, aclara que la economía no solo hace referencia al comportamiento de un solo sujeto, sino también al de diversos grupos sociales y la forma de distribución de los recursos, resaltando el carácter colectivo del término en la sociedad.

Economía para un país

Enfocando el análisis a un contexto más generalizado, se habla de la economía a nivel país como aquel que mide los niveles de producción y de consumo determinando la existencia de estabilidad o de riesgo en el mercado. En palabras de, Carretero, (2006), el desarrollo económico de un país se centra en el estudio de ordenanzas políticas que buscan organizar la vida comunitaria conforme a las directrices planificadas. De igual modo se entiende que, la economía nacional se deriva de acciones políticas propuestas por los gobiernos de turno, de modo que, cada plan o normativa debe adaptarse o modificarse a fin de que permita resolver los mismos problemas económicos que se han presentado.

En este sentido, es el Estado quien establece las estrategias necesarias para generar oportunidades económicas a los ciudadanos, de modo que, el desarrollo de los sectores productivos es fundamental para el buen vivir. Para entender de mejor manera sobre los sectores de economía, los autores, Astudillo y Paniagua, (2012), autores del libro, Fundamentos de la Economía, definen la clasificación de los sectores estratégicos en 3 entornos:

- El sector primario: Comprende aquellas actividades económicas que guardan relación con los productos obtenidos de la naturaleza, sean estos, marítimos, terrestres o aéreos sin que sea necesario la transformación de la materia prima, tal es el caso de la minería, pesca, agricultura, ganadería, entre otros.
- Sector secundario: Se figura a la industria manufacturera y otras entidades encargadas de la transformación de la materia prima, entre los que se destaca, la construcción, productores de energía, artesanías y la metalurgia.
- Sector terciario: Abarca aquellas actividades relacionadas a la prestación de servicios, tal es el caso de la educación, el comercio, la banca, el transporte, las comunicaciones, entre otros.

No obstante, el desarrollo económico ha alcanzado una nueva característica que consolida un cuarto sector de la economía, el cual, a diferencia de los primeros modelos de participación este se encarga de generar nuevos conocimientos y

espacios para el desarrollo de las actividades que ya se ejecutan, pero que promueve la innovación de las industrias existentes. En palabras de Salvador, (2019), dado el grado de innovación que han alcanzado los países desarrollados, se habla de un sector cuaternario, el cual, hace referencia a aquellas actividades que requieren de una especialización concreta en el tema, en especial sobre lo tecnológico y digital.

Es a partir del desarrollo cuaternario que se crea un nuevo mercado que ha obligado a las empresas no solo a reinventarse sino a redefinir la manera en la que ofrecen los productos y servicios que producen. A partir de este punto, la creatividad comprende la base estratégica para cada empresas que busca diferenciarse de los demás competidores, sobre dicho contexto, los autores, Barrios Del Ángel et al., (2022), respaldan la idea descrita, al concluir que, la globalización ha generado cambios radicales en la manera de actuar no solo por parte de las empresas sino también de los organismos estatales quienes en el afán de prevalecer sus recursos en el tiempo construyen nuevos entornos de participación, nuevos caminos de desarrollo y nuevos métodos de ejecución.

En definitiva, la nueva era de la economía crea espacios en donde la creatividad juega un rol fundamental que acompaña del crecimiento de las empresas indistintamente del sector económico al que pertenece, es así, que se crea un marco de desarrollo comercial enfocado en la creatividad y la innovación, tal es el caso de la economía creativa, que busca soluciones alternativas a los problemas actuales sin que se genere un alto costo de ejecución o mantenimiento.

Economía creativa

Con base a lo descrito, se presenta el concepto de economía creativa y de sostenibilidad como estrategia a largo plazo. Para entender las razones de dicho enfoque el autor, Panicello, (2022), describe que, al entrar en un nuevo mercado las necesidades de diferenciación comprende el elemento clave de las empresas que buscan alcanzar un lugar privilegiado en el mercado, por tanto, contar con personas creativas permite generar una observación de valor donde otros no son capaces de verlo, ya sea a nivel macro, lo que comprende la visión política, social o macroeconómica, o también la micro, como lo son los procesos, las soluciones y el enfoque de desarrollo

Un eje específico que se resalta en dicho modelo económico es la creatividad, mismo que busca volver a generar valor a la existencia propia de una organización. Y es que si bien, al hablar de la creatividad no se establece una referencia literal del término aplicada a la forma de desarrollar las actividades empresariales, si se refiere a la capacidad administrativa de observación y de aplicación de nuevas prácticas competitivas.

En palabras de Muñiz, (2022), el contexto de la creatividad a nivel organizacional comprende la habilidad de generar interrogantes que no han sido planteadas con anterioridad y responder con soluciones innovadoras a los diferentes retos o problemas planteados. En este sentido, para que la creatividad tenga validez de ejecución la misma debe pasar a la acción, yendo más allá de la idea o inspiración.

Así pues, el gran cambio implica que toca la organización sea consciente de la importancia de adaptar las estrategias a las nuevas formas de hacer negocio, no solo desde lo competitivo sino también lo productivo, sobre este último, Fonseca, (2008), resalta que, una producción que proyecta valor sobre lo singular, simbólico e intangible permite a las organizaciones diferenciarse en un entorno dinámico y complejo, donde el conocimiento, la creatividad y la innovación son activos clave para el desarrollo sostenible.

Actividades como la música, la pintura, el teatro, la danza, el cine, el diseño y otras expresiones culturales no solo poseen un valor simbólico, sino que también representan una fuente significativa de empleo, ingresos y crecimiento económico. En dicho contexto, el arte no solo contribuye al desarrollo cultural de una sociedad, sino que también impulsa el turismo, promueve el emprendimiento, fortalece la identidad local y estimula la unión social.

Sobre dicho tema particular, con la incorporación de la tecnología, la economía creativa ha dado un giro relevante para el desarrollo del comercio, ampliando sus posibilidades de producción, difusión y de consumo. Así pues, las herramientas digitales han permitido que artistas, creadores y emprendedores culturales accedan a nuevas plataformas que permite la exposición del trabajo que realizan, además de monetizarlo y establecer una conexión con audiencias en un margen más extendido o globalizado.

Según lo descrito en la revista digital Virtuanex, el escritor, Acosta, (2024), señala que, para el 2025, la economía creativa ofrecerá un panorama renovado a los artistas independientes y a todos los emprendedores del sector del entretenimiento gracias al avance de la digitalización y al aumento en la demanda de nuevos contenidos, por tanto, dicho logro favorecerá la innovación en los modelos de negocio, la construcción de comunidades a nivel global y la posibilidad de convertir el talento en una fuente de ingresos dentro de un entorno más inclusivo.

Así también, se destaca que, en los últimos años, el sector creativo ha mostrado un crecimiento notable, y las proyecciones indican que dicha expansión continuará de manera prolongada, impulsada por las plataformas digitales y el interés internacional hacia propuestas creativas y originales.

No obstante, para que este modelo sea verdaderamente sostenible, no basta con fomentar la producción creativa o la innovación tecnológica, sino que también es necesario garantizar condiciones dignas para los creadores de contenidos, promover la inclusión, proteger la diversidad cultural y reducir el impacto ambiental de las actividades relacionadas.

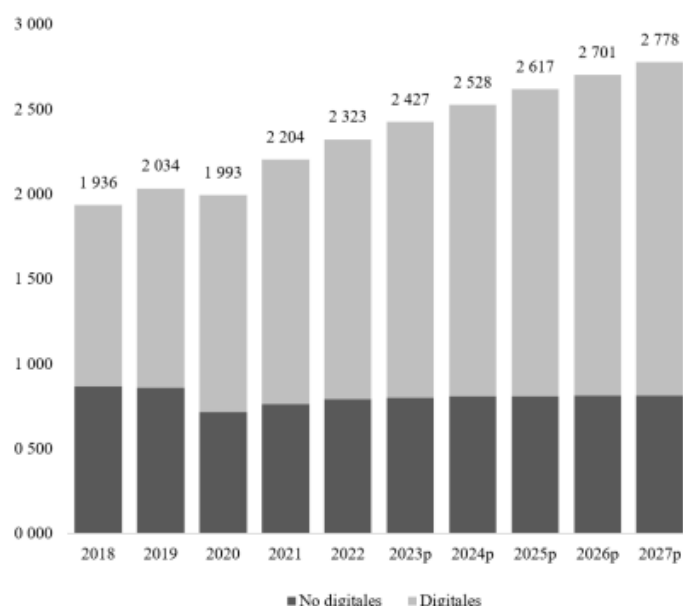
Un claro ejemplo del entorno que impulsa la economía creativa de manera sostenible se manifiesta a través de la transformación digital del mercado actual. Sobre este asunto, un informe publicado por las Naciones Unidas, (2024), destaca que, la digitalización de la economía creativa, potenciada por la inteligencia artificial, permite redefinir los procesos de creación, distribución y acceso a los productos culturales, facilitando el alcance del producto intangible a un público más amplio de manera más eficaz.

No obstante, la rapidez en la producción y divulgación no implica la generación de contenido de valor, por tanto, en dicho informe se redacta que, resulta fundamental garantizar la calidad de los contenidos generados mediante dichas tecnologías, abordando posibles sesgos presentes en los algoritmos para proteger la riqueza y diversidad de las expresiones culturales.

A pesar de la evidente necesidad de establecer mecanismos de control en los procesos de producción, los resultados actuales evidencian un crecimiento sostenido

en la incorporación de la ludificación en diversos sectores de la economía creativa. Así pues, la siguiente imagen muestra la diferencia entre los ingresos económicos obtenidos de manera tradicional versus la recaudación generada de modo digital a escala mundial establecida en miles de millones de dólares:

Figura 3. *Ingresos económicos percibidos por el sector del entretenimiento.*



Información obtenida de *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*, por Naciones Unidas, (2024)

Con base a la información presente en la figura 1, es posible reconocer que, existe una evidencia clara en el crecimiento de los ingresos del sector del entretenimiento desde el 2018 y la proyección para 2027, destacándose un notable incremento en los ingresos digitales frente a los canales no digitales. Pese a ello, este último se mantienen relativamente estables a lo largo de los años, más, sin embargo, los ingresos del mercado digital mantienen un crecimiento sostenido que supera a los tradicionales desde 2021.

En un marco más concreto y relacionado con la problemática de la investigación, el informe de las Naciones Unidas, resalta que:

El sector musical ha experimentado un crecimiento continuo en todas las regiones del mundo, alcanzando ingresos globales de \$26.200 millones de dólares en el año 2022, lo que marca el octavo año consecutivo de expansión. Actualmente, la estructura de las fuentes de ingreso dentro de la industria discográfica está en transformación. Las ventas físicas, que durante años

constituyeron más de la mitad de los ingresos totales, representaron solo el 17,5 % en 2022, debido al marcado avance de los servicios de streaming. Por otro lado, los conciertos y eventos culturales están incorporando cada vez más experiencias virtuales innovadoras, lo que está revolucionando el sector y generando nuevas oportunidades para su crecimiento y diversificación. (2024)

Economía naranja

La economía creativa, al basarse en el talento, la innovación y la producción cultural, ha cobrado una relevancia significativa en el desarrollo económico contemporáneo. Este enfoque ha dado lugar a una visión más amplia y estructurada conocida como economía naranja, la cual profundiza en el valor económico de las industrias culturales y creativas, convirtiéndose en un motor clave para el crecimiento sostenible siendo adoptado específicamente por diversos países que integran a América Latina.

Profundizando en el marco de la economía naranja, mismo que reconoce y promueve la creación de valor a partir de diversos elementos culturales, el conocimiento y la creatividad, se destaca el concepto del valor simbólico que se añade a todos aquellos recursos que no comprenden en principio un enfoque lucrativo o de distribución. Cabe destacar que dicho concepto no hace referencia únicamente a los términos económicos, sino también, a la capacidad de consolidarse como un bien, servicio o práctica para generar sentido, identidad y conexión emocional.

En el Ecuador, la música forma parte crucial en la representación cultural del país y los asentamientos precolombinos que formaron parte inicial de la sociedad moderna, un claro ejemplo de ello se refleja en los vestigios encontrados de aquellos pueblos indígenas como las Tolitas, Huancavilcas, Shuar, Cañaris y Caranquis, donde en la actualidad se conservan estatuillas con flautas y ocarinas.

Sin embargo, la preservación del valor se ve comprometida por la creciente discontinuidad en la transmisión de las tradiciones culturales, un concepto más claro sobre dicha problemática, lo describe el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador, (2023), donde se describe que,

Desde la perspectiva de la teoría del valor simbólico, la desconexión entre generaciones, especialmente visible en contextos rurales, representa una amenaza significativa para la preservación del Patrimonio Cultural Inmaterial, dicha ruptura generacional se manifiesta en el desinterés de las nuevas generaciones por aprender y reproducir prácticas tradicionales, de modo que, pone en evidencia la pérdida de un valor que no es solo funcional o económico, sino profundamente identitario y emocional.

Otro aspecto que es necesario destacar, son los retos que se generan por preservar el valor de lo intangible que se ven reflejado a través de la música, y es que, la falta de educación musical en las escuelas debilita el reconocimiento sobre el valor cultural, emocional y económico, una ejemplificación de ello lo define Rodríguez, (2025), quien reconoce que, la exclusión de la música en la educación restringe el desarrollo pleno del estudiante, pues al dar prioridad a asignaturas con resultados cuantificables no se establece el fortalecimiento a otras habilidades tales como, la creatividad, el análisis crítico, la inteligencia emocional y el valor por la diversidad cultural.

En definitiva, la economía naranja pone en evidencia que el valor no siempre radica en lo tangible, sino en la capacidad humana de crear, imaginar e innovar sobre aquellos productos, bienes o servicios relacionadas con la identidad cultural de una localidad, y es que, si bien, las mismas se determinan por la intangibilidad, poseen un valor intrínseco que trasciende hacia lo material, generando identidad, sentido, emociones y conocimientos.

De tal manera, reconocer el valor de lo intangible no solo permite comprender mejor el impacto de las industrias creativas en el desarrollo económico y social, sino que también invita a proteger, fomentar y profesionalizar la creatividad como un recurso estratégico clave para el futuro.

Sobre dicho impulso, en el Ecuador se reconoce la labor de la empresa SAYCE, el cual se establece jurídicamente como una organización privada sin fines de lucro y de sociedad colectiva, en el cual, participan más de 3000 autores y compositores ecuatorianos, además de representar más de 9 millones de creadores de contenido de varias partes del mundo con relación la gestión de los derechos patrimoniales que se generan de las obras musicales creadas por el artista.

Así lo describe un informe técnico presentado por la agencia SAYCE, (2025), en donde se describe el desarrollo de la industria del entretenimiento musical que, en al 2024 alcanzó una recaudación récord de \$10 millones, gracias al aumento del 89 % en sincronizaciones y a la distribución de \$6,6 millones en regalías, beneficiando a autores nacionales e internacionales.

Entre las acciones establecidas por la agencia, SAYCE, (2025) se destaca la gestión de administración sobre el derecho patrimonial, el cual permite generar un beneficio a los artistas por la utilización de las obras musicales creadas, en este sentido, la empresa establece la recaudación del dinero y lo distribuye a los asociados según el tarifario de valores establecidos para las diferentes regiones del territorio ecuatoriano.

A partir de dicho enfoque, se entiende que, la música es un factor clave para la economía, especialmente dentro del marco de la economía naranja, pues combina elementos como creatividad, cultura y generación de valor. Cabe reconocer que dicha rama económica no solo crea empleo para artistas y profesionales vinculados a la industria, sino que también impulsa ingresos a diferentes organizaciones a través de los conciertos, festivales, derechos de autor, plataformas digitales y exportaciones culturales, del mismo modo se benefician sectores relacionados con el turismo, la industria hotelera y gastronómica.

Según lo define el Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, (2025), la música se entiende como aquel bien común que posee la capacidad para impulsar el desarrollo social y cultural de cualquier país, además que, permite marcar la identidad propia de una región que a larga beneficia a la construcción de una sociedad más participativa y cohesiva.

Junto con el crecimiento de la industria musical, el sector comercial, especialmente hablando de las empresas dedicadas a la venta de equipos musicales, han experimentado un notable aumento de sus ingresos, así lo señala el reporte de tendencias del Centro de Investigación de Economía y negocios Globales, (2025), donde se destaca que, para 2025, se proyecta que las ventas globales en dicho sector alcancen los USD 51.5 mil millones de dólares, además, se estima que, para el 2029

dicha cifra aumente a USD 67.8 mil millones, representando de esta manera un crecimiento anual promedio del 7.1 %.

Otro aspecto a considerar sobre el mercado que engloba la industria musical es el perfil del consumidor final, en palabras de, Mir, (2024), quien describe al tipo de asistentes, reconoce que, aunque las personas entre 35 y 44 años continúan siendo quienes más entradas adquieren para los conciertos musicales, durante 2023 se observó un cambio interesante en el nicho del mercado objetivo, en el que se figura un grupo más joven que comprende las edades de entre los 18 y 24 años, con un aumento del 44 % en comparación con el año anterior.

Y es que en el Ecuador uno de los géneros musicales que mayor representación comercial tiene radica en los géneros de reguetón, balada y la bachata, según una publicación presentada por, Diario el Comercio, (2022), 9 de cada 10 ecuatorianos optan por escuchar la música urbana, en cuanto a la preferencia de artista, se determinó que, el 21.20% de ecuatorianos escuchan artistas nacionales, 13.90% no los distinguen por la nacionalidad, 10.20% prefieren a los artistas extranjeros y el 54.70% le es indiferente.

Sin embargo, a pesar del crecimiento en la asistencia a eventos musicales y del creciente interés de públicos más jóvenes, la industria del entretenimiento musical en Ecuador ha enfrentado desafíos significativos, sobre todo en lo que respecta al respaldo institucional. Si bien otros sectores estratégicos como el turismo, la agricultura o las tecnologías de la información entornos que han recibido un mayor impulso por parte del Estado, el sector musical ha quedado rezagado en términos de inversión, políticas públicas y programas de fomento.

Una mirada general a los desafíos de la industria musical en Ecuador permite identificar un aspecto crucial en el ámbito educativo, sobre este concepto se destaca la formación de profesionales el cual aún no es una prioridad. Aunque el sistema universitario nacional contempla una amplia oferta en diversas áreas económicas, el desarrollo artístico musical continúa estando en segundo plano, tanto en instituciones públicas como privadas.

Según el catálogo académico de la SENESCYT (2025), apenas nueve universidades a nivel nacional ofrecen programas de licenciatura relacionados con las artes musicales. De estas, solo cuatro son de carácter público, lo que evidencia una oferta limitada para quienes desean formarse profesionalmente en dicho ámbito, especialmente si se considera la necesidad de democratizar el acceso a la educación artística.

Sin embargo, visto desde el desarrollo cultural, la inversión estatal ha mantenido un desarrollo estable. En una publicación descrita por, El comercio, (2021), se resalta que el presupuesto asignado para obras del Ministerio de Cultura y patrimonio disminuyó en un 11% pasando de USD 31 millones en el 2013 a tan solo USD 27.8 millones para el 2024, no obstante, el gasto público destinado a actividades culturales mantiene una estabilidad alcanzando los USD 213.34 millones, añade la periodista, Ortiz, (2025), en la revista digital Primicias.

Así pues, si bien dentro del campo artístico musical la participación pública o privada carece de fortaleza, la inversión económica para el desarrollo de actividades culturales se ha mantenido con ciertas diferencias a lo largo del tiempo, lo que evidencia un área de desarrollo con potencial económico, pero que no ha sido considerado propiamente dentro de los pilares de la economía o políticas financieras.

Un análisis sobre el sector musical ecuatoriano presentado por el autor, Amaro, (2024), señala que, es necesario tomar diversas medidas para transformar las condiciones en el cual se desarrolla la industria, profundizando en políticas culturales, infraestructuras e incentivos, como también, preparar una educación superior en artes musicales que se enfoque principalmente en los desafíos de un sector en jaque, modificando la creencia que el éxito solo se deriva de ciertos géneros específicos o de tendencia, permitiendo abrir un abanico amplio de manifestaciones musicales.

Con base en ello, resulta fundamental comprender que la sostenibilidad y proyección de las empresas dentro de la industria musical o centros de formación profesional no dependen únicamente del talento creativo, sino de la capacidad que poseen dichas ramas de la economía para integrarse en estructuras de gestión que favorezcan la colaboración, la visibilidad, la educación y el intercambio de recursos.

Sobre dicha estructura de gestión, Ñopo, (2022). Define cuatros niveles de gestión que permiten la integración y participación de industria musical en la red económica:

- Primer nivel: El nivel esencial está compuesto por quienes generan directamente la música, con ello se hace referencia a solistas, bandas u orquestas. En este punto, el factor humano cobra relevancia, ya que es la fuente primaria de creación musical
- Segundo nivel: El nivel de apoyo resulta clave para la permanencia del negocio en el mercado, pues suele estar conformado por personas de confianza, lo que permite reducir costos operativos.
- Tercer nivel: El nivel externo aporta funciones especializadas, aunque dicha contratación implica costos más elevados. Así pues, se establece la formación de profesionales en los diferentes campos de la música y sonido.
- Cuarto nivel: el nivel interorganizacional se relaciona con el capital social, ya que promueve la colaboración entre distintas organizaciones para fortalecer la proyección y sostenibilidad del proyecto musical, ya sea de carácter público o privado.

Pese a ello, es necesario añadir acciones y políticas que busca fomentar la inversión en la industria creativa y de entretenimiento en el ámbito cultural. Considerando lo anterior, la Organización de las Naciones Unidas, ONU, (2024), destaca que, para los países que buscan un desarrollo económico en términos de economías creativas, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo recomienda enfocarse en cinco áreas claves:

- Primero: desarrollar e implementar políticas estratégicas que impulsen toda la cadena de valor, desde la creación hasta la distribución global.
- Segundo: invertir en educación y formación, promoviendo el talento creativo y el emprendimiento.
- Tercero: mejorar el acceso a infraestructura digital para facilitar la producción y el consumo de contenidos.

- Cuarto: fomentar alianzas público privadas que impulsen la innovación y el crecimiento.
- Quinto: fortalecer la protección de la propiedad intelectual, garantizando los derechos de los creadores y su capacidad de generar ingresos.

Pese a que el desarrollo de la industria musical en el Ecuador ha estado marcado por diversos retos derivados de la falta de gestión y apoyo al sector cultural, desde la perspectiva del mercado digital se observa que los artistas y creadores han logrado alcanzar un notable crecimiento económico, lo que ha permitido la creación de nuevos espacios que fomentan la integración y participación de un mayor número de exponentes musicales.

Según lo descrito por la plataforma de streaming, Spotify, en el informe de Loud & Clear, (2025), más del 80% de los artistas musicales generan ingresos económicos significativos, a pesar de no figurar entre los 50 artistas de mayor reconocimiento a nivel mundial. Esto evidencia que los músicos independientes han logrado prosperar mediante la nueva economía del streaming, posicionándose con éxito sin depender necesariamente de la fama global.

No obstante, Spotify no constituye la única herramienta digital que ha facilitado la generación de ingresos económicos para los artistas, dicho esto, la escritora digital, Pascua, (2025), detalla el ingreso que recibirían los artistas en las diferentes plataformas, así pues, un ejemplo de ello es YouTube, plataforma que remunera a los creadores con una tasa aproximada de USD 4.80 por cada 1.000 reproducciones, en contraste con Spotify, cuya tasa se sitúa en torno a los USD 3.00 por el mismo número de visualizaciones, lo que demuestra que existen diversas alternativas digitales viables para el sostenimiento económico de los músicos. Amazon Music, por otro lado, se posiciona con un abonado de USD 8.80 por cada 1000 reproducciones y Apple Music con un pago de USD 6.20.

En el contexto local, el Ecuador reconoce la labor de la empresa Emporio Récord, la cual se ha consolidado como una industria musical clave en la proyección internacional de artistas nacionales, y es que, dada la gestión que establece la empresa, varios intérpretes ecuatorianos han alcanzado reconocimiento a nivel

global, logrando posicionar las producciones musicales en las listas de tendencias internacionales de YouTube Trending.

Según lo descrito por la periodista, Segovia, 2025, en la revista Forbes EC, la producción musical en el Ecuador comprende un entorno que favorece el desarrollo de los artistas y es que, mantener a un artista en Ecuador, incluyendo la producción musical, la realización de videos, las estrategias de promoción y logística para la realización de giras, tiene un costo promedio de USD 300.000 al año, mientras que, en Estados Unidos, dicha cifra logra alcanzar un valor más alto, manteniéndose cerca de los USD 2 millones de gasto por año de un solo artista.

De tal manera, operar en el mercado ecuatoriano representa una ventaja frente a otros países cuya inversión por artista implica costos significativamente más altos, así pues, dicha diferencia se traduce en un entorno más accesible para los artistas independientes, quienes, en contextos más exigentes económicamente, enfrentarían mayores obstáculos para alcanzar su realización profesional dentro de esta rama económica.

Por consiguiente, la información recopilada en el marco teórico de la investigación permite inferir que la implementación de un modelo económico orientado a fomentar las actividades comerciales basadas en la creatividad constituiría una oportunidad viable para la diversificación de negocios y fuentes de ingreso, contribuyendo así al incremento de la economía nacional.

Asimismo, se resalta el nivel de apoyo brindado al sector cultural por parte de organismos públicos y privados, y es que, según los datos presentados en la investigación se evidencia una reducción significativa en el presupuesto estatal destinado a dicha área, así como un número limitado de empresas fonográficas activas en el país. En este contexto, resulta preocupante el escaso interés y la limitada promoción que recibe la industria musical en el Ecuador, situación que se ve agravada por la falta de reconocimiento del valor económico que genera la creatividad teniendo en cuenta que diversos estudios identifican a las industrias culturales y creativas como motores emergentes del desarrollo económico, con alto potencial para la generación de ingresos sostenibles, empleo y dinamización social a largo plazo.

La gestión en el sector de la música

Para el desarrollo del sector musical, sea cual fuera el grado de profesionalización, es necesario comprender que, la gestión facilita el orden y la claridad de los procesos permitiendo aprovechar de mejor manera los recursos disponibles, orientando el esfuerzo de los artistas hacia un objetivo centrado y realista. De igual modo, implica garantizar la eficiencia y los resultados de manera positiva presentando un entorno en donde cada acción toma relevancia para el desarrollo a futuro.

En palabras de Chiavenato, (2007), La administración constituye un elemento esencial para que las organizaciones puedan existir, mantenerse y alcanzar el éxito. Sin una aplicación clara, la carecería de una adecuada administración limitaría las condiciones necesarias para mantenerse en el mercado y progresar a lo largo del tiempo.

Por tanto, la gestión no solo representa un recurso técnico, sino más bien, se figura como una parte fundamental que articula las acciones, orienta las decisiones y asegura la viabilidad de cualquier proyecto. En este sentido, la administración no solo garantiza el desarrollo de las empresas tradicionales o proyectos de gran escala, sino también, a todas aquellas actividades que engloba la creatividad y representación cultural.

Sobre este último, una adecuada gestión en el artista musical le permite organizar la carrera artística, planificar lanzamientos, coordinar presentaciones y optimizar los recursos tanto humano como financieros, lo que favorece la sostenibilidad del proyecto al proyectar el talento bajo un esquema con mayores posibilidades para la comercialización de las obras presentadas.

Según, López et al. (2022), Asimismo, la industria del entretenimiento ha demostrado una gran capacidad de adaptación mediante distintos soportes, lo que le ha permitido difundir relatos inspirados en la cotidianidad y generar empatía con el público, despertando en la audiencia tanto disfrute en su tiempo de ocio como el deseo de seguir consumiéndolos.

Y es que, la carrera de un artista musical, aunque basada en la creatividad y el talento, requiere de una adecuada gestión porque, dado que, permite organizar y planificar todas las actividades necesarias para alcanzar el éxito, además de, facilitar la coordinación del equipo de trabajo, el control de recursos y adaptar los presupuestos de manera efectiva, programar los ensayos, establecer el tiempo de grabaciones, lanzamientos y presentaciones, así como la evaluación de resultados para tomar decisiones informadas, de manera que ,el talento del artista se convierta en un proyecto sostenible y coherente que pueda crecer y consolidarse en la industria.

Bajo dicho concepto, el autor, Saltos, (2019) enfatiza que, La gestión cultural no depende solo del director artístico, sino también del gestor, quien se ocupa de los aspectos legales, financieros y administrativos para asegurar el funcionamiento de la organización, gestionando áreas como marketing, producción, talento y finanzas, y enfocándose en generar un impacto social positivo mediante el uso eficiente de los recursos de la institución en beneficio de la comunidad.

De tal modo, la gestión musical y administrativa no comprende el trabajo de una sola persona, por el contrario, requiere del equipo y la coordinación para ejecutar de forma exitosa la presentación de un proyecto musical, en este sentido, en un informe presentado por el Ministerio de Cultura de Argentina, (2023), para llevar a cabo las tareas discográficas se deben considerar los siguientes aspectos:

- La búsqueda del artista a grabar,
- su descubrimiento y desarrollo,
- la selección del material a editar,
- la definición de los arreglos y los músicos participantes, etcétera.

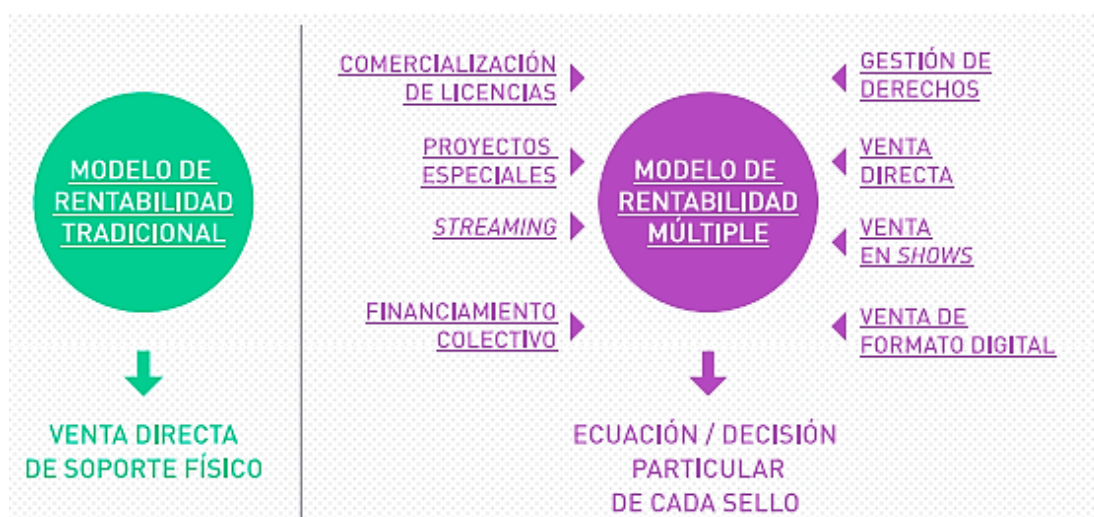
No obstante, también abarcan aquellas funciones vinculadas a los aspectos económicos y ejecutivos de una producción. De tal modo, pueden incluir también tareas asociadas con:

- La coordinación del estudio de grabación,
- la supervisión de la mezcla final,
- la elección del material definitivo,

- la selección del material a difundir,
- la concepción del diseño del empaque,
- la fabricación del soporte en todas sus etapas y, finalmente, dos grandes ítems que hacen al rol del sello:
- la difusión de ese material,
- y sus estrategias de comercialización y distribución.

Por otro lado, otro de los aspectos relevantes dentro de la administración, es la rentabilidad en el sector musical dado que, permite asegurar la sostenibilidad de los proyectos del artista y lograr una rentabilidad comercial al igual que las empresas tradicionales, en este sentido, las empresas del medio han transformado el modelo regular de las ganancias por una diversificación más dinámicas en el cual, se exploran diferentes estrategias para monetizar. Así pues, la siguiente imagen compara el modelo de rentabilidad tradicional frente a un enfoque de alcance múltiple.

Figura 4. *Gestión de sellos independientes.*



Información obtenida de, *Gestión de sellos independientes. De la pasión por divulgar la música a nuestra PyME cultural por Ministerio de Cultura de Argentina*, (2023).

De tal manera, la coordinación del equipo de trabajo y la delegación de responsabilidades se convierte en elementos fundamentales dentro de la empresa de modo que, la descripción de funciones a través de un esquema organizacional representa un eje clave para el buen desempeño de la misma, además de que, fortalece la comunicación entre los diferentes miembros y repercute en la calidad del proyecto y capacidad de adaptación a diversas exigencias de la industria musical.

Tal como lo define, Caravaca, (2012), Para lograr el desarrollo de la carrera del artista, es clave consolidar una articulación y coordinación adecuada, con una planificación detallada que garantice los mejores resultados en la gestión de las músicas actuales, por tal motivo, resulta indispensable elaborar un organigrama que defina responsabilidades, normas de funcionamiento, procedimientos y mecanismos de coordinación entre los diversos colaboradores.

Así pues, la gestión administrativa enfatiza el desarrollo de cada una de las actividades del equipo del trabajo, la administración de los recursos y la comunicación, por tanto, resulta evidente que como organización siga un orden metodológico que permite ejecutar cada uno de los proyectos y decisiones y determinar las adaptaciones necesarias para alcanzar los objetivos y satisfacer la demanda del mercado. Ante tal afirmación, Caravaca plantea el orden lógico que debe seguir las empresas del sector musical

Figura 5. *Gestión de la industria musical.*



Información obtenida de *La gestión de las músicas actuales* por Caravaca (2012).

Marco legal

En cuanto al marco legal, la investigación recoge y analiza diversas normativas del sistema jurídico ecuatoriano que respaldan el desarrollo de la industria musical. Entre los enunciados establecidos se consideran disposiciones relacionadas con los derechos de autor, el fomento a la producción artística y las políticas públicas que apoyan a los creadores, reconociendo el papel de la música en el fortalecimiento cultural y económico del país.

Según lo define la ley Orgánica de cultura, aprobada por la Asamblea Nacional del Ecuador sobre las garantías y deberes culturales en los artículos 6 y 8 se reconoce que:

Art. 6.- De la garantía y patrocinio de los derechos culturales. Los derechos culturales serán garantizados por el Estado y patrocinados por las entidades que conforman el Sistema Nacional de Cultura, las cuales implementarán las acciones de orden técnico, administrativo, financiero y legal correspondientes, de conformidad con la Ley. (2016)

Art. 8.- De la Política Cultural. Las entidades, organismos e instituciones del Sistema Nacional de Cultura ejecutarán políticas que promuevan la creación, la actividad artística y cultural, las expresiones de la cultura popular, la formación, la investigación, el fomento y el fortalecimiento de las expresiones culturales; el reconocimiento, mantenimiento, conservación y difusión del patrimonio cultural y la memoria social y la producción y desarrollo de industrias culturales y creativas. (2016)

Art. 97.- De las obligaciones de las entidades del sector público. El Estado, en todos sus niveles de gobierno, tiene la obligación de conservar, preservar, salvaguardar, difundir el patrimonio cultural, para el efecto todas las instituciones públicas tienen la obligación de coordinar con el ente rector de la Cultura y el Patrimonio el cumplimiento de estos fines

En este sentido, los artículos mencionados establecen la obligación del Estado de formar, promover, mantener y financiar proyectos y creaciones artísticas. Con base en ello, dicha responsabilidad incluye no solo el impulso a la producción y

difusión de obras, sino también la creación de condiciones adecuadas para que los artistas puedan ejercer sus derechos culturales en igualdad de oportunidades.

Por otro lado, la protección de la propiedad intelectual constituye uno de los pilares fundamentales para resguardar los derechos sobre las creaciones intangibles de los artistas. De este modo, dichas leyes establecidas en el Ecuador garantizan que los autores y compositores conserven el control sobre el uso de las obras desarrolladas, reciban una compensación justa por la presentación de la misma y puedan beneficiarse de manera económica y de reconocimiento moral.

Para ello, la Comisión de Legislación y Codificación, (2006), en el artículo 1 de ley describe que:

Art. 1.- El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos;
2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
 - a) Las invenciones;
 - b) Los dibujos y modelos industriales;
 - c) Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
 - d) La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
 - e) Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
 - f) Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
 - g) Los nombres comerciales;
 - h) Las indicaciones geográficas; e,
 - i) Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.

Art. 8.- La protección del derecho de autor recae sobre todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico, cualquiera que sea su género, forma de

expresión, mérito o finalidad. Los derechos reconocidos por el presente Título son independientes de la propiedad del objeto material en el cual está incorporada la obra y su goce o ejercicio no están supeditados al requisito del registro o al cumplimiento de cualquier otra formalidad

Art. 65.- El contrato de inclusión fonográfica es aquel en el cual el autor de una obra musical o su representante, el editor o la sociedad de gestión colectiva correspondiente, autoriza a un productor de fonogramas, a cambio de una remuneración, a grabar o fijar una obra para reproducirla sobre un disco fonográfico, una banda magnética, un soporte digital o cualquier otro dispositivo o mecanismo análogo, con fines de reproducción y venta de ejemplares.

Así pues, Toda obra original literaria o artística está protegida automáticamente por el derecho de autor, sin importar su forma, calidad o uso, y esa protección no depende de poseer el objeto físico ni de registrarla formalmente. Cabe añadir que en el Ecuador son pocos los organismos que regulan el pago de regalías a los artistas musicales como lo realiza la empresa SAYCE.

No obstante, en la totalidad de la ley vigente de la propiedad intelectual no se contempla una regulación específica y detallada respecto a la protección de los derechos de autor en entornos digitales, lo que genera un vacío normativo que propicia la ejecución de prácticas de piratería digital, permitiendo la reproducción, distribución y comercialización no autorizada de obras artísticas a través de diversas plataformas en línea, redes sociales y sitios web ilícitos, situación que vulnera de manera directa los derechos patrimoniales de los creadores y artista, así también, el ingreso económico.

Marco metodológico

Una vez concluido el proceso de recopilación de información, el siguiente apartado expone la estructura del método investigativo aplicado en el presente proyecto, para ello, se estableció el enfoque, el alcance y el diseño de la investigación, elementos que permitieron definir la técnica y las herramientas utilizadas para la recolección de datos, así como la población objeto de estudio.

Enfoque de trabajo

Previo a determinar el enfoque de la investigación, es fundamental comprender que la misma constituye un elemento clave dentro del proceso investigativo, ya que permite definir cómo se abordará la problemática planteada. En este contexto, se reconocen principalmente dos enfoques metodológicos: el cuantitativo y el cualitativo, cada uno con características, objetivos y métodos específicos para el análisis de la problemática en estudio.

En palabras de, Babativa, (2017), quien describe el enfoque cuantitativo de manera sencilla, señala que, dicho tipo de investigación parte de un razonamiento deductivo por parte del investigador y la ejecución se basa en la recolección y análisis de datos objetivos, con frecuencia obtenidos mediante la experimentación o el uso de instrumentos estandarizados lo que permite generar información medible y cuantificable para la formulación de hipótesis, la comparación de resultados y, en muchos casos, la generalización de conclusiones a partir de muestras representativas.

Por otro lado, el enfoque cualitativo que, a diferencia del anterior, busca profundizar en hechos complejos o abstractos alejándose por completo de datos cuya característica se representa por la escala numérica, en la opinión de, Piña, (2023), El enfoque cualitativo adopta una perspectiva más interpretativa y social, priorizando la observación de comportamientos, actitudes y respuestas que emergen ante situaciones específicas. El objetivo principal de dicho método radica en analizar, interpretar y comprender los fenómenos tal como se desarrollan en su contexto natural o espontáneo, de igual modo, dicho enfoque no busca medir, sino explorar en profundidad la realidad desde una mirada subjetiva y contextualizada.

A partir de los conceptos previamente analizados, la presente investigación adopta un enfoque cualitativo, en tanto que permite abordar y comprender en profundidad las razones que fundamentan la formulación de estrategias para el fortalecimiento de la industria musical en el Ecuador. Así pues, dicho enfoque resulta pertinente, ya que no solo se orienta a identificar dinámicas culturales y sociales dentro del sector, sino también a interpretar las percepciones, experiencias y discursos de los actores involucrados, al igual que busca contribuir a un cambio en la mentalidad colectiva, promoviendo el valor no solo cultural sino también, económico que yace en la creatividad.

Alcance de investigación

Una vez establecido el tipo de investigación que se desarrolló, el siguiente apartado definió el nivel de profundidad y complejidad con el que se abordó el estudio determinando el interés del investigador por conocer, describir, explicar o predecir un hecho o fenómeno específico, lo que permitió delimitar con claridad los objetivos y el enfoque metodológico adecuado para alcanzar los resultados deseados.

Así pues, el alcance de la investigación comprende un único enfoque de desarrollo, para lo cual, fue necesario distinguir entre los distintos tipos de alcances tales como, el exploratorio, descriptivo, correlacional o descriptivo, para ello, se cita a los autores, Hernández et al., (2014), quienes describen las características de cada método para así determinar el más adecuado según el propósito de la investigación.

- Exploratorio: Se emplea en estudios cuya información carece de profundidad o no se han abordado. Dicho método permite comprender un problema, generar ideas, identificar variables claves y establecer las bases para investigaciones futuras.
- Descriptivo: Permite al investigador establecer una observación más concreta sobre un tema, analizar y detallar características de un hecho. Sobre su objetivo consiste en describir cómo es o cómo se manifiesta sin intervenir en el proceso.
- Correlacional: Se basa en la necesidad de identificar y analizar la relación entre dos o más variables de un hecho observado. En cuanto

al objetivo busca establecer una asociación y que tan fuerte es sin la necesidad de intervenir.

- **Descriptivo:** a diferencia del descriptivo este busca identificar las causas que dan origen a un hecho observado, respondiendo el por qué y cómo ocurre. El objetivo no es solo describir o relacionar variables, sino, explicar la causa y el efecto.

De esta manera, considerando las características de los distintos métodos de investigación, el presente estudio adoptó un enfoque exploratorio, dado que el desarrollo musical en el Ecuador visto desde una perspectiva economía local ha sido escasamente abordado, por tal motivo, el alcance definido permitió indagar y comprender las razones por las cuales la industria musical y la formación artística profesional no han logrado consolidarse como elementos estratégicos en la formulación de políticas y acciones que impulsen el desarrollo del sector con mayor importancia.

Diseño de la investigación

En coherencia con el enfoque cualitativo y el alcance exploratorio establecidos, el diseño de investigación establecido para la investigación responde a la necesidad de comprender en profundidad las dinámicas, significados y percepciones relacionadas con el desarrollo musical en el Ecuador.

Para ello, resulta necesario aplicar un diseño metodológico que permita captar la realidad actual del fenómeno abordado, en este sentido, el autor Arias, (2021), plantea dos enfoques que guían el tiempo de recolección los de datos, por un lado, el diseño transversal se caracteriza por recabar los datos en un momento específico de la investigación, sin requerir nuevas aplicaciones posteriormente, por el contrario, el diseño longitudinal implica la registrar la información más de una vez con el propósito de observar y analizar cambios en el fenómeno.

Con base a la información descrita, el diseño transversal se presenta como el diseño más adecuado, dado que permite documentar la información en un momento específico explorando las condiciones, percepciones y dinámicas vigentes de la industria musical, así pues, dicha elección responde al objetivo de generar un

diagnóstico profundo sobre las condiciones del sector, sentando de esta manera las bases para futuras investigaciones.

Técnica de la investigación

Sobre el concepto de las técnicas, la misma comprende aquellos métodos necesarios para recabar, organizar y analizar información crucial para la investigación, para lo cual, se establecen diversos métodos para la recopilación de datos, en la opinión de, Cisneros et al., (2022), establece que, el proceso de recolección de datos depende del enfoque adoptado en la investigación, ya sea, en el enfoque cualitativo, que recurre a técnicas como la entrevista, la observación o los grupos focales, por otro lado, el enfoque cuantitativo emplea el cuestionario con el objetivo de obtener datos medibles y susceptibles al análisis estadístico.

Con base en la información descrita, la técnica de investigación seleccionada corresponde a la aplicación de la entrevista y al focus grup, en este sentido, dichas técnicas permitieron recopilar información detallada y contextualizada sobre las percepciones, opiniones y experiencias de los actores involucrados en la industria musical en el Ecuador analizándose desde el punto profesional e independiente. Así pues, la aplicación de dichas técnicas busca identificar los principales desafíos, oportunidades y contribuciones que la industria musical representa para el desarrollo cultural, social y las diversas derivaciones económicas para el país.

Herramientas y procedimiento para procesar información recopilada

En coherencia con la técnica de recolección de datos aplicada en la investigación, los instrumentos seleccionados responden directamente a las interrogantes planteadas respecto al desarrollo de la industria musical como un actor fundamental para desarrollo económico del país visto desde una perspectiva sustentable, para lo cual, la preparación de una guía práctica para la entrevista y el focus group permitieron orientar y profundizar mediante el diálogo aspectos que involucran el estado situacional de la industria musical y la realidad del artista ecuatoriano, facilitando la obtención de información relevante.

Objeto de estudio

Para el objeto de estudio se consideró la participación de dos artistas musicales ecuatorianos, seleccionados por su trayectoria, experiencia y nivel de desarrollo dentro de la industria del entretenimiento nacional. En este sentido, se destaca el crecimiento sostenido en las carreras profesionales, lo que les permite ofrecer una visión valiosa y fundamentada sobre las dinámicas, oportunidades y desafíos que enfrentan los actores del sector musical en el Ecuador y el futuro de la industria.

De igual modo, se destaca la participación de varios artistas independientes quienes desde el punto de vista personal comparten aquellas experiencias, retos y oportunidades que han logrado en el sector musical, aportando una idea clara sobre el desarrollo independiente y las condiciones necesarias que se deben alcanzar para alcanzar el éxito.

Perfil de los entrevistados

Una vez establecidos los lineamientos investigativos, el siguiente apartado describe el perfil de los entrevistados con el fin de contextualizar la experiencia, trayectoria y pertinencia en relación con los objetivos del estudio, así como para sustentar la validez de la información recopilada a través de la opinión sobre la formación profesional en la música, la contribución de industria musical como motor para el desarrollo económico del país y la gestión en el sector.

En este sentido, la participación de Clara Rodríguez, quien se desempeña como docente en la academia de música Trivium, cuya experiencia como solista de orquesta y directora de coros, resulta fundamental para la investigación, lo que permitió analizar y comprender el grado de desarrollo profesional en el ámbito musical, así como el impacto de la innovación pedagógica, la dirección coral y orquestal para la formación integral de nuevos artistas.

De igual modo, se entablo un dialogo con el profesional en música, Alex Rodríguez, barítono ecuatoriano conocido por sus interpretaciones en ópera y música clásica. Quien en una vasta experiencia se ha presentado en diversos escenarios, incluyendo el Teatro Casa de la Cultura y el Teatro Benjamín Carrión Mora,

participando en producciones nacionales como "Don Giovanni" y la "Novena Sinfonía de Beethoven", e internacionales ganando el concurso "Il banchetto musicale" en Italia.

Así también, se suma el aporte de, Ecuador Pillajo Barona, reconocido violinista ecuatoriano con un amplio trayecto profesional a nivel local e internacional, su experiencia ha permitido el desarrollo de habilidades no solo dentro de la música, sino también, a nivel directivo y pedagógico, lo cual representa un elemento clave para la investigación.

De tal manera, la colaboración de los entrevistado permitió generar una opción clara sobre el estado actual de la formación artística en el ámbito musical en el Ecuador, así como también a identificar las fortalezas, debilidades y posibles rutas de mejoramiento para el desarrollo de nuevos talentos y roles dentro de la industria del entretenimiento.

Perfil de los participantes del Focus Group

Fabio González: Músico a tiempo completo, guitarrista de sesión y en vivo, posee talento como saxofonista y se ha especializado en eventos nupciales, además de ser profesor particular en música.

Jorge Oviedo: Artista independiente formado a partir del aprendizaje empírico, posee un título en ingeniería comercial y participa activamente en un grupo musical de su localidad.

Ruth Mejía: Exanalista de sistemas, con una profunda pasión por el canto desde el colegio, integró el coro escolar y actualmente posee experiencia y participa en coros de la iglesia.

Franklin Bravo: Ingeniero comercial en Recursos Humanos, posee una trayectoria como integrante en el coro local de la iglesia por muchos años.

María Belén Bravo: licenciada en Gastronomía, posee una formación media en la música dado las experiencias personales en el campo musical, actualmente ha retomado el estudio en la música de manera empírica.

Capítulo III: Caracterización de la necesidad administrativa de los músicos

El presente capítulo expone el análisis e interpretación de las diferentes herramientas aplicadas en la investigación, tales como, la entrevista a profundidad y el focus group con el objetivo de determinar las necesidades certeras de los músicos en relación a la autoadministración.

Resultado de la entrevista: Clara Rodríguez

Ámbito: Desarrollo del Artista Musical en Ecuador

1. ¿Cuál es, en general, uno de los principales problemas en la formación de músicos ecuatorianos en lo que respecta a la preparación profesional fuera del ámbito escénico?

Uno de los principales desafíos es la escasa preparación en gestión, emprendimiento y autogestión, aunque existe formación técnica y artística, muchos programas académicos no integran contenidos orientados a la sostenibilidad económica de la carrera musical, lo cual limita la capacidad de los músicos para autogestionarse, diversificar sus ingresos o construir proyectos a largo plazo.

2. ¿De qué manera debería transformarse la mentalidad del artista musical ecuatoriano para que se consolide como un agente activo dentro de la economía creativa?

Es imprescindible un cambio de paradigma en la manera en que los músicos se conciben a sí mismos, y es que, más allá del talento artístico, se requiere una visión integral que combine arte, gestión, innovación y mercado. Así pues, dicha transformación implica fomentar habilidades de liderazgo, autonomía profesional y pensamiento estratégico para enfrentar un entorno competitivo.

3. ¿Qué nivel de importancia se atribuye actualmente a la disciplina, el entrenamiento constante y la sistematización del trabajo artístico en el entorno musical ecuatoriano?

El desarrollo musical no depende únicamente del talento natural, sino de la constancia, la autodisciplina y la práctica sistemática. Un músico exitoso requiere una rutina estructurada de ensayo, actualización de repertorio y formación continua, especialmente frente a los cambios tecnológicos y estéticos que caracterizan al artista actual.

4. ¿En qué medida los músicos ecuatorianos adoptan una visión empresarial de su carrera artística? ¿Qué elementos harían falta para fomentar ese enfoque?

Sin una visión empresarial, el artista queda a merced de las oportunidades externas, por esta razón. es fundamental capacitar a los músicos en áreas como administración de proyectos, marketing digital, negociación, financiamiento y construcción de marca, entornos de formación que permitirá tomar decisiones estratégicas y a su vez posicionarse activamente en el mercado cultural.

5. ¿Qué tipo de alianzas estratégicas (con músicos, productores, gestores, marcas, etc.) resultan esenciales para lograr un crecimiento artístico a largo plazo?

El trabajo en red es esencial en la industria musical, dado que, las alianzas con otros artistas, productores, medios de comunicación, gestores culturales, marcas y festivales no solo fortalecen la visibilidad del artista, sino que también amplían su impacto y oportunidades de circulación. Una de las estrategias practicas son las colaboraciones los cuales generan innovación, sinergia creativa y atraen nuevos públicos.

6. ¿Qué papel cumplen actualmente las redes sociales y la gestión de imagen en la consolidación de una carrera musical en el contexto ecuatoriano?

Hoy en día, las redes sociales son herramientas clave para el posicionamiento artístico, por lo que vale mencionar que saber gestionar una imagen coherentemente, de forma auténtica y profesional en plataformas digitales es tan importante como la calidad del contenido musical, por ende, los artistas deben aprender a contar su

historia, generar una comunidad y utilizar las métricas para mejorar su alcance y conexión con la audiencia.

7. ¿Qué tan relevante es para el desarrollo profesional del artista ecuatoriano adquirir conocimientos complementarios en áreas como marketing, gestión cultural, negocios o propiedad intelectual?

Como se mencionó anteriormente, el dominio de herramientas de marketing, propiedad intelectual, producción audiovisual, diseño gráfico o incluso habilidades tecnológicas entre otras, pueden marcar la diferencia significativa y crucial en el crecimiento artístico pues permite potenciar la autogestión, reducir costos operativos y mejorar el control sobre los productos culturales que el artista genera.

8. ¿Qué prácticas comunes dentro de la industria musical deberían transformarse para avanzar hacia una mayor profesionalización de los artistas independientes?

En Ecuador, muchas prácticas dentro de la industria musical siguen siendo informales o carentes de rigor profesional, por tal razón, es necesario revisar aspectos como la legalización de contratos, la declaración de obras, la distribución de regalías, la planificación de giras y el pago justo a los músicos nacionales. En este sentido, es necesario la transformación de la industria musical hacia un ecosistema más profesional que involucre la especialización de las demás ramas académicas ya existentes a especializaciones del sector artístico, tal es el caso de la especialización en Music Business and Entertainment Industries, cuyo enfoque de profesionalización se basa en el marketing para la distribución y desarrollo del artista.

9. ¿Qué modelo de formación, mentoría o acompañamiento sería el más adecuado para preparar a nuevos artistas con una visión integral y estratégica de su carrera?

Un enfoque formativo integral debe combinar conocimientos técnicos, teóricos, creativos y empresariales, por esa razón, los programas de mentoría pueden ofrecer un acompañamiento valioso para jóvenes artistas que buscan orientación sobre cómo insertarse en la industria.

Análisis e interpretación de la entrevista

Tabla 2. *Análisis e interpretación del desarrollo del Artista Musical en Ecuador.*

Carácter	Impresión	Interpretación
La formación musical en el Ecuador prioriza las competencias artísticas dejando vacíos en el desarrollo empresarial.	Se determina una desconexión entre el talento artístico y las habilidades para sostener la carrera musical.	Es necesario la adaptación en el campo musical la capacitación en materia de gestión y estrategia.
La industria musical en el Ecuador en la mayoría sostiene prácticas informales de desarrollo.	Existe una falta de visión en los artistas que limita el desarrollo profesional.	Se requiere de un cambio cultural que permita la profesionalización del artista como agente económico.
Falta de programas académicos que aborden la industria musical desde un panorama integral con los demás actores económicos.	Es necesario que los músicos reciban una formación adecuada para gestionar la imagen artística y los proyectos musicales.	Es conveniente integrar en la educación artística materias prácticas relacionadas con el marketing, negocios y herramientas digitales.
La necesidad de integrar hábitos, entrenamiento y sistematización de trabajo.	El desarrollo profesional en la música requiere de constancia y talento.	Para el artista es necesario adquirir habilidades de autodisciplina y competitividad

Resultado de la entrevista: Alex Rodríguez

Ámbito: Cambios necesarios para impulsar la industria musical

1. ¿Cuáles son las principales barreras económicas, institucionales o normativas que impiden el desarrollo sostenido de la industria musical en Ecuador?

Entre las principales limitaciones que dificulta el desarrollo de la industria musical en el Ecuador se encuentran la falta de políticas públicas específicas para promover el desarrollo profesional de los artistas independiente, la escasa inversión en infraestructura musical para la promoción del arte, la débil institucionalidad cultural y asociaciones con las demás áreas de la economía como el turismo, así como también, la carencia de incentivos fiscales o líneas de crédito para proyectos musicales que incentiven la inversión privada.

2. ¿Qué políticas públicas serían necesarias para posicionar la música como un sector productivo clave dentro de la economía nacional?

Para ello, es necesario que el Estado considere a la música como parte estratégica de la economía creativa para de esta manera, diseñar políticas que se articulen en el momento exacto para el desarrollo, involucrando el modelo de educación, cultura, economía y tecnología, además de formular incentivos fiscales que permitan la inversión privada en la música, programas de circulación nacional e internacional, y sistemas de apoyo a la producción independiente.

3. ¿Qué tipo de inversión estatal se considera urgente para fortalecer la infraestructura musical (estudios de grabación, auditorios, centros de formación)?

En el Ecuador existen pocos espacios destinados específicamente para la presentación artística y los que existen, no cuentan con la adecuación necesaria o el entorno significativo para generar una experiencia clave en la carrera del artista, por tanto, la creación de espacios adecuados para la producción, formación y presentación de proyectos musicales es una prioridad si se busca fortalecer la economía desde el entorno creativo, para ello, se requiere inversión en infraestructura

moderna, de acceso público, que pueda ser utilizada por músicos emergentes y profesionales, además, el fortalecimiento de las casas de la cultura, bibliotecas musicales y redes de centros culturales fortalecería el ecosistema.

4. ¿Qué tan eficientes son los sistemas actuales de protección de derechos de autor y distribución de regalías en Ecuador? ¿Qué aspectos requieren mejoras?

Actualmente, los mecanismos de protección de derechos de autor en Ecuador presentan deficiencias en su aplicación dado que, a pesar que existen ciertas empresas que regularizan el cobro de regalías por el uso de las creaciones musicales del artista con fines comerciales apenas una fracción insignificante realiza pagos por derecho de autor. Por ende, es urgente actualizar y fortalecer estos sistemas para garantizar que los creadores reciban una compensación justa, lo que implica procesos más ágiles, mayor fiscalización, y campañas educativas sobre el valor del derecho de autor entre los mismos artistas y comercios que hacen uso de las obras por el giro del negocio que representa.

5. ¿Qué transformaciones institucionales se necesitan para que la música sea reconocida no solo como expresión artística, sino como motor económico?

Para lograr un cambio de visión se requiere una modernización al concepto de artista y de estratégica por parte de las instituciones públicas relacionadas con la música, es decir, lograr que la música deje de verse solo como una manifestación cultural o de entretenimiento no lucrativo y pasar a reconocerse como un sector económico generador de empleo, de innovación y viable para la exportación. Así pues, dichas acciones implican una reestructuración del enfoque institucional hacia la economía creativa.

6. ¿Qué acciones permitirían incentivar el consumo de música nacional por parte del público ecuatoriano?

Para fortalecer la industria, es fundamental promover el consumo interno de música ecuatoriana, en este sentido, el desarrollo de campañas públicas desempeña un rol crucial para el consumo nacional, por otro lado, también se destaca

regulaciones en los diversos medios para la promoción del artista ecuatoriano, tanto en escuelas y festivales. Asimismo, es clave diversificar los canales de difusión en plataformas digitales, televisión y espacios comunitarios.

7. ¿Qué países o modelos internacionales pueden servir de referencia para estructurar un crecimiento sólido de la industria musical en Ecuador?

Como artista he vislumbrado como países de Colombia, México, España o Chile han implementado políticas exitosas de desarrollo musical a través de estímulos estatales, formación empresarial para artistas y legislación actualizada que permite que la industria musical en los diferentes niveles de formación ya sea independiente o profesional logre un impacto y reconocimiento local. Así pues, estudiar estos casos puede ofrecer ideas prácticas sobre cómo articular sectores público, privado y comunitario para fortalecer el ecosistema musical ecuatoriano.

8. ¿Qué impacto genera la implementación de un plan estratégico con enfoque en el desarrollo de la economía del país?

Cualquiera acción que se desarrolle en favor a la expresión artística desencadena un resultado positivo para la localidad, más aún, si dicha actividad comprende un plan estratégico a nivel nacional, y es que, al entenderse como una estrategia de desarrollo la necesidad de integrar a diversos actores del sector económico se vuelve crucial para transformar el panorama cultural y económico del país. Una estructura clave para mi dentro de la presentación de una propuesta que incentive la adaptación de una nueva matriz productiva debe incluir los esfuerzos institucionales, la canalización de recursos y la generación de indicadores de impacto que fortalezcan la industria musical en el Ecuador.

Análisis e interpretación de la entrevista

Tabla 3. *Análisis e interpretación de los cambios necesarios en la industria musical.*

Carácter	Impresión	Interpretación
Desafíos de la industria musical ecuatoriana entorno a las barreras estructurales, económicas y normativas.	Se establece como un sector con capacidad de desarrollo, sin embargo, se encuentra limitado por la falta de acciones claves	Se necesita integrar el sector musical en el marco de desarrollo comercial a través de la presentación de políticas públicas
Falta de políticas públicas que permita impulsar la industria musical	El rol del estado ecuatoriano no comprende un agente fuerte para la industria	Requiere de acciones oportuna en aras de la cultura, la educación, la tecnología e incentivos fiscales.
Falta de espacios adecuados para la presentación musical, como también de protección a los derechos del artista.	Se evidencia una falta de proyectos infraestructurales para el desarrollo de la música y debilidad en las leyes para sancionar el uso indebido de la propiedad intelectual.	Es fundamental presentar proyectos de espacios culturales en las diversas ciudades de mayor circulación turística y brindar sostenibilidad
Bajo consumo musical de artistas nacionales y falta de promoción mediática	No se establece una relación sólida entre el público y el artista ecuatoriano	Es clave integrar campañas de reconocimientos en los entornos de educación y medios de comunicación
Países con un alto desarrollo en el ámbito de la industria creativa	Se ha logrado de manera exitosa la articulación de diversos agentes económicos entre los que se destaca el sector público y privado	Analizar las estrategias internacionales y adoptar las medidas necesarias, así también, aplicar las regulaciones necesarias para la ejecución inmediata.

Resultado de la entrevista: Ecuador Pillajo

Ámbito: Desarrollo administrativo del Artista Musical en el Ecuador

1. ¿Cómo describiría el mercado actual de la industria musical en el Ecuador en términos de oportunidades?

Las oportunidades no siempre están dadas y en especial en la carrera del artista que debe crearlas. Y a pesar de las dificultades, el talento en Ecuador es fuerte y los artistas siguen formándose constantemente.

2. ¿Es posible vivir de la industria musical en el Ecuador en cualquiera de sus áreas?

Sí, aunque es un reto. Y es que, con la dolarización en el Ecuador ha atraído a músicos y profesionales a desempeñar actividades artísticas en el país, sin embargo, dicha competencia ha generado variación en los precios ocasionando que el artista baje el valor solo para mantenerse en la competencia. No obstante, construir una marca sólida permite dar valor al trabajo y mantener ingresos estables.

3. ¿Cuáles son los principales retos administrativos que enfrentan los artistas para alcanzar sostenibilidad económica?

La burocracia y la falta de formación administrativa. Hoy no basta el talento, se requiere preparación profesional y asumir múltiples responsabilidades que muchas veces frenan al artista. Anteriormente el músico desarrollaba dado las conexiones, hoy por hoy la falta de conexiones hace que el artista se frustre.

4. ¿Qué gestión del artista considera más importante en los inicios de la carrera?

La preparación en el área de desarrollo elegida, ya que esa base define el futuro del artista.

5. ¿Cuál es el alcance de profesionalización que puede lograr un artista que aplica estrategias administrativas?

Si se establece un proceso de ejecución flexible y predeterminado, el artista puede alcanzar una sostenibilidad económica en la carrera. Además, inversión en formación y la apertura a entornos como lo pedagógico amplían sus oportunidades.

6. ¿Cómo debería el artista gestionar el manejo de los recursos, proyectos y contratos?

Con planificación y apoyo colaborativo. El sector privado es un aliado clave, y una buena gestión contractual fortalece la imagen del artista. Por otro lado, contar con un equipo dedicado al desarrollo del artista permitirá alcanzar en conjunto el éxito deseado.

7. ¿Podría compartir ejemplos concretos de artistas o experiencias de desarrollo económico sostenible gracias a una adecuada gestión?

Los artistas independientes suelen diversificarse y colaborar para crecer. Un ejemplo claro es la Filarmónica, que nació de iniciativas conjuntas y hoy sigue consolidada.

8. ¿Qué hace falta en la industria musical ecuatoriana para promover la carrera de artista?

Mayor ética profesional, educación en estrategias digitales y en leyes culturales. Además, fortalecer la relación entre la música y otras áreas de especialización y comercialización como el turismo o el sector hotelero.

9. ¿Cómo visualiza el futuro económico de los artistas musicales en el país si se fortalecen sus capacidades administrativas?

Con especialización y planificación, los artistas podrán proyectar ingresos sostenibles y asegurar estabilidad más allá de su etapa activa en la música.

Análisis e interpretación de la entrevista

Tabla 4. *Análisis e interpretación del desarrollo administrativo.*

Carácter	Impresión	Interpretación
Existe talento en el mercado, pero las oportunidades no están dadas y deben crearse.	Se establece un entorno competitivo donde el artista depende de su iniciativa para lograr resultados favorables.	El mercado de la música comprende un entorno favorable para el artista pero que no posee una estructura económica viable.
El mercado de la música permite un ingreso económico estable en función al reconocimiento público del artista.	Se percibe un entorno de precariedad y de oportunidades para el éxito profesional.	La clave del éxito para el artista está en el factor de diferenciación a partir de la consolidación de una marca sólida.
Las dificultades del artista yacen en los trámites burocráticos y la carencia de habilidades administrativas.	La falta de preparación en el campo administrativo y el desconocimiento legal genera que el artista se enfrente a ciertas limitaciones de desarrollo.	Es necesario que el artista complemente el desarrollo profesional con habilidades administrativas que le permitan desenvolverse de manera efectiva.
La profesionalización en el campo principal y el apoyo colaborativo juega un rol importante.	La base de un equipo sólido con objetivos claros son la base para el crecimiento del artista.	El éxito se basa en la realización exitosa de las actividades de cada uno de los elementos que acompañan al artista.
La sustentabilidad del artista dependerá de la ética, las estrategias digitales y la planificación.	El desarrollo de los artistas se mantiene a partir de las capacidades administrativas.	Es necesario la especialización en diversos enfoques artísticos y el fortalecimiento de las relaciones comerciales con nuevos sectores.

Resultado de focus Group

Pregunta 1: ¿Cómo fue tu recorrido hasta hoy como músico independiente, considerando el nivel de formación de modo profesional que posees?

- **P1:** Considero que ha sido bueno; pese haber aprendido de manera empírica, me he juntado con gente profesional de la cual he aprendido mucho y me ha logrado llevar a buenos puestos de trabajos.
- **P2:** No tengo título de músico ni estudios formales todo lo he aprendido de manera empírica, además, siempre he estado en una sola banda, a diferencia de otros artistas que han pasado por varios proyectos.
- **P3:** Ya tenía bases musicales, aprendí piano y a leer partituras, aunque no pertenecía a ningún grupo, no fue sino hasta que participe en un coro donde adquirí más conocimientos sobre dirección y técnicas vocales.
- **P4:** La única vez que estudié música fue en el colegio, todo lo demás lo he aprendido de forma empírica practicando y apoyándome de algunos videos para mejorar.
- **P5:** Empecé como un pasatiempo en la infancia y en el colegio aprendí más en eventos preparados por la unidad educativa, más adelante aprendí a leer de partituras y técnicas vocales, sin embargo, en lugares más exigentes me ha costado adaptarme por falta de preparación.

Pregunta 2: ¿Qué significa para ti “tener éxito” en la música, estás cerca, lejos o en proceso de lograrlo?

- **P1:** Tener Éxito es tener una vida plena y estable en base a algo que te guste y sepas que no vas a rendirte o aburrirte en algún punto de tu carrera
- **P2:** Para mí, el éxito sería sacar un disco con mi banda de toda la vida, y estamos muy cerca de lograrlo.
- **P3:** Para mí el proceso es aprender cada día con el objetivo de alcanzar la meta, en mi caso llegar ser soprano y seguir esforzándome hasta lograrlo.
- **P4:** Logré cantar como tenor y como barítono me desempeñé lo mejor posible, ahora canto como bajo y considero que ese es mi mayor logro.

- **P5:** Me encuentro en proceso y no puedo decir que ya llegué a lo que quiero porque aún me falta mucho por aprender, especialmente en el fortalecimiento de los graves.

Pregunta 3: ¿Actualmente puedes vivir únicamente de la música o lo complementas con otros trabajos?

- **P1:** Estoy en proceso de lograrlo, he tenido buenas experiencias que me han ayudado a ganar algo de reconocimiento. Actualmente vivo 100% de la música y estoy comprometido con ello.
- **P2:** Actualmente no vivo de la música y no estoy generando ingresos en este ámbito.
- **P3:** Me han dicho que podría vivir de la música, pero no me he decidido a intentarlo, aunque he visto que algunos conocidos lo han logrado, yo no lo he hecho y por ahora no dispongo de tiempo libre.
- **P4:** Profesionalmente no creo que sea posible porque siento que no existe el apoyo necesario del Estado y no cuento con facilidades para acceder a un método formal, lo practico solo como hobby y mis actividades personales no me dejan el tiempo suficiente.
- **P5:** No creo que un músico amateur pueda vivir al cien por ciento de la música porque el mercado no lo reconoce como artista, solo cuando ya se tiene una trayectoria se empiezan a abrir oportunidades de trabajo.

Pregunta 4: ¿Cuáles han sido los retos que has enfrentado para crecer como artista independiente y qué aspectos sientes que aún debes mejorar?

- **P1:** Un reto muy grande para mí fue el hecho de haber iniciado muy joven y en varios casos recibir menosprecios, pero lo logré, lo superé y ahora considero que estoy muy agradecido con todo lo bueno y malo que viví.
- **P2:** Uno de mis mayores retos ha sido seguir aprendiendo ya que he dejado de formarme hace tiempo y todo lo que sé lo aprendí de forma espontánea, pero ahora necesito actualizarme y adquirir nuevos conocimientos.

- **P3:** Mi mayor reto es mejorar la técnica vocal porque para cantar a cierto nivel hay que saber utilizar las técnicas adecuadas y eso solo se logra con práctica constante a lo largo del tiempo.
- **P4:** No he conseguido técnicas efectivas porque nunca le he dado a la música un enfoque profesional, todo lo he hecho de manera empírica.
- **P5:** Considero que las técnicas en la música son un reto continuo y para mí la dificultad está en tener el tiempo y la disciplina para estudiar y mejorar mi voz.

Pregunta 5: ¿Sientes que tu talento y esfuerzo por lograr ocupar un lugar en el ámbito musical está siendo reconocido y en qué espacios has encontrado mejores oportunidades?

- **P1:** Si y todos los días agradezco por eso; gracias por confiar en mí; admiración total a las personas que me apoyan.
- **P2:** No siento que mi talento esté siendo reconocido porque actualmente no tengo actividad musical, y el resto de la banda tampoco.
- **P3:** No he recibido reconocimiento a pesar de mi esfuerzo y he notado que se da oportunidad a otras personas por favoritismo incluso cuando creo tener más capacidad.
- **P4:** Mi formación empírica no me ha permitido ocupar un lugar principal, aunque no me preocupa demasiado.
- **P5:** Reconozco que mi esfuerzo sí ha sido valorado en mi entorno cercano, aunque también veo que en ocasiones se prioriza el trabajo principal para ciertas voces por preferencia.

Pregunta 6: ¿Qué herramientas, conexiones o apoyos consideras indispensables para avanzar más rápido en tu carrera y qué tan fácil ha sido acceder a ellos?

- **P1:** Influye todo, tener amigos en el medio o buscarlos; los músicos ecuatorianos somos muy amigables (en su mayoría). Hacerte de una buena imagen, eso implica invertir en redes, equipos profesionales y como te ves; no sabes cuán importante es eso.

- **P2:** Considero útiles los cursos y recursos gratuitos en internet, especialmente los que expliquen más allá de lo básico y la teoría musical, aunque no sé qué tan accesibles sean.
- **P3:** Las redes sociales me han brindado mucho material para el autoaprendizaje y, sabiendo diferenciar la calidad, he podido aprender de manera empírica.
- **P4:** Para mí las redes sociales han sido una guía práctica que complementa las prácticas dirigidas por el maestro de música.
- **P5:** El material gratuito y los talleres que se promueven en redes sociales me han servido bastante porque es fácil encontrarlos, todo está disponible en internet y solo es cuestión de buscarlo.

Pregunta 7: ¿Utilizas las plataformas digitales para potenciar tu carrera de forma estratégica o compartes de manera espontánea?

- **P1:** Por supuesto, interactúo mucho con mis seguidores de las redes con el objetivo de que mi contenido sea mejor visto no solo para el país sino en todo el mundo.
- **P2:** Antes usaba una plataforma para aprender, pero la dejé hace años y ya ni recuerdo su nombre.
- **P3:** Sigo a varios artistas musicales, pero no publico contenido propio.
- **P4:** No manejo una proyección en redes sociales.
- **P5:** Utilizo mis redes personales con la intención de que alguien pueda interesarse en mi talento.

Pregunta 8: ¿En los próximos 5 años que metas como artista independiente crees que vas a lograr?

- **P1:** Me encantaría responder esta respuesta, pero es complicado. Yo podría decir que sí, pero no lo sabría decir a ciencia cierta
- **P2:** En cinco años me gustaría que el disco que estamos por lanzar sea bien recibido por el público.
- **P3:** Espero desarrollarme no solo como cantante sino también como guitarrista para poder presentarme sin depender de otra persona.

- **P4:** No aspiro a una profesionalización porque siento que mi edad no me permite alcanzar grandes logros.
- **P5:** Me gustaría ser mariachi o formar parte de una agrupación cuando disponga de tiempo y surja la oportunidad.

Análisis e interpretación del Focus Group

Tabla 5. *Análisis e interpretación del focus group.*

Carácter	Impresión	Interpretación
Preparación en la carrera musical	Predomina la formación empírica cuyo aprendizaje data de la práctica, videos, y experiencias en bandas o coros.	Carecen de educación profesionalizada, lo que limita el desarrollo, aunque la experiencia práctica les ha permitido cierto avance.
Concepto sobre el éxito en el ámbito	Se asocia con metas personales alcanzables como grabar un disco, mejorar la técnica o desempeñarse en distintas tesituras, varios aún se consideran en proceso.	Consideran el éxito como una realización personal por encima del logro económico o la fama, lo que refleja un enfoque vocacional.
Sostenibilidad a largo plazo	Pocos viven 100% de la música, algunos combinan con otras actividades o lo ven como hobby, por otro lado, no confían en la viabilidad económica del sector.	Consideran que el sector no establece una estabilidad económica para los músicos independientes, especialmente si no poseen trayectoria.
Retos y reconocimientos como músicos independientes	Señalan el desarrollo amateur como principal reto para lograr el éxito, además que, el alcance al público es limitado darse a conocer	Barreras entorno a la facilidad de formación profesional y la limitada accesibilidad a conexiones físicas con el público objetivo.
Proyección a futuro como artista independiente	Varía según la intención, centrándose en grabar un disco o consolidar un grupo, por otro lado, hay quienes lo consideran solo un hobby para cubrir el tiempo libre.	Las aspiraciones se ven limitadas por condiciones personales o simplemente no contemplan un interés por completo como artista musical.

Capítulo IV: Propuesta de Estrategias Administrativas para los artistas

La presente propuesta de investigación se centra en un modelo estratégico para el desarrollo de la industria musical en el Ecuador, para lo cual, se consideraron factores formativos, económicos y de participación institucional de modo que se garantice la sostenibilidad de la propuesta dentro de la industria. Así pues, tras el desarrollo del marco teórico que fundamenta la relevancia de la música como elemento económico sostenible y los datos recabados en el marco metodológico, que permite conocer la situación actual de los músicos ecuatorianos en el plano profesional e independientes, a continuación, se describe los siguientes elementos:

Título

Análisis de la gestión administrativa de la Economía Creativa para el fortalecimiento del sector musical en el Ecuador

Objetivos de la propuesta

Objetivo general

Establecer un modelo inicial de gestión enfocado en el desarrollo económico productivo del sector musical.

Objetivos específicos

1. Establecer una guía que permita proyectar de manera coherente y diferenciada el perfil del artista o grupo musical
2. Definir un modelo administrativo que facilite la organización de roles y responsabilidades en el proyecto musical.
3. Determinar un plan de acción comercial que permita asegurar sostenibilidad y crecimiento del artista musical.

Interrogantes de la propuesta

¿Es necesario para el desarrollo del sector musical determinar un perfil artístico?

Definir el concepto artístico comprende un elemento esencial para desarrollar una identidad y coherencia a la propuesta del artista, permitiendo que el público comprenda y se conecte con la esencia del proyecto. Además, orienta las decisiones creativas y estratégicas, ayuda a diferenciarse dentro de la industria y aporta una base sólida para el crecimiento y la proyección a largo plazo en la carrera del artista.

¿En qué se justifica la perfilación administrativa para la propuesta?

En la búsqueda de establecer un impacto favorable en el ámbito musical, la definición de roles administrativos adecuados comprende una acción clave para la planificación eficiente, la formalización de procesos y la capacidad de adaptación a dinámicas propias de la economía creativa, como la gestión cultural, el uso de plataformas digitales y la protección de la propiedad intelectual de los artistas.

En este sentido, se reconoce que, la ausencia de perfiles administrativos limita el desarrollo sostenible de la industria musical, mientras que, la implementación oportuna de un modelo estructurado favorece la generación de empleo, el aporte económico y la consolidación de un ecosistema cultural más competitivo al determinar habilidades profesionales específicas.

¿De qué manera una guía estructurada de acciones comerciales puede orientar al artista a gestionar el desarrollo económico de todo el equipo?

Definir objetivos concretos, identificar espacios adecuados de exposición, seleccionar plataformas digitales pertinentes y diseñar estrategias de comercialización permite distribuir responsablemente los esfuerzos del artista o grupo musical, facilitando la optimización de recursos y el fortalecimiento de la gestión artística. De tal manera, dicho proceso no solo abre oportunidades en el ámbito de la promoción sino también de la proyección artística.

Estructura de la propuesta

Determinación del modelo estratégico:

Una vez comprendidas las características que componen un modelo de negocios rentable en la industria musical descrito por diversos autores, cabe señalar que, la propuesta descrita a continuación, comprende la integración de diversos enfoques que parten desde lo individual a lo general, es decir, se determinan acciones claras enfocadas en el artista o grupo musical como también de aquellas acciones comerciales no asociadas directamente. Para ello, se reconocen los siguientes modelos:

- **Perfil artístico:** se compone de 3 estructuras claves que permiten al artista o grupo musical sentar las bases claras sobre éxito que se pretende alcanzar como profesionales en la música, para ello, se determina la identificación artística, visual y narrativa personal, siendo aquellos esquemas el primer eje de profesionalización, dejando de lado el desarrollo empírico y muchas veces dependiente de la suerte.
- **Perfil administrativo:** Se compone de aquellos actores ajenos al artista musical, cabe señalar que el éxito de un negocio no solo depende de la calidad del producto sino también, del equipo administrativo que impulsan la idea, para lo cual, el perfil administrativo esquematiza un modelo de roles y de trabajo según las actividades cruciales para el desarrollo del artista.
- **Perfil comercial:** finalmente, la propuesta reúne diversos criterios que engloba las acciones necesarias para entablar relaciones comerciales, de colaboración y de desarrollo digital de manera exitosa, mismo que permitirán proyectar las oportunidades de realización musical a lo largo del tiempo.

Propuesta

Perfil artístico

La consolidación del perfil artístico resulta fundamental a la hora de establecer la proyección del artista ya sea, de manera individual o grupal, por tanto, dicha propuesta contempla una estructura diseñada en base a determinar la identidad artística, la identidad visual y la narrativa personal de las canciones, para así, constituir una guía que facilite la consolidación del concepto artístico. En este sentido, se describe la siguiente información:

a. Ficha de identidad artística

La profundización en la ficha de identidad artística permite obtener respuestas claras, significativas y auténticas, evitando la superficialidad de la información. Dicho proceso asegura la validez de los datos y facilita la comparación entre artistas, contribuyendo a identificar las particularidades y diferencias.

Tabla 6. *Esquema de perfilación de identidad artística.*

Esquema de perfilación de identidad artística		
Enfoque	Interrogante	Ejecución
Concepto central	¿Qué concepto de identidad has definido para representarte artísticamente?	a. Define la idea en una frase corta o basada en una metáfora b. Define preguntas de apoyo que indague en la razón de la idea
Elementos internos de la identidad	¿Qué valores transmite tu identidad artística?	a. Establece una lista de al menos 5 valores principales b. Determina la razón de cada uno de los valores definidos
	¿Qué rasgos de tu personalidad artística te representan mejor?	a. Determina algunos adjetivos que definan la personalidad b. Relaciona la adaptación del adjetivo con el tipo de letras musical, estilo de la música o presentaciones

Esquema de perfilación de identidad artística		
Enfoque	Interrogante	Ejecución
Contexto de vida y coherencia artística	¿De qué manera tu estilo de vida cotidiano se conecta con tu propuesta musical?	a. Indaga en los hábitos que mantiene antes y después de las presentaciones. b. Define el entorno o influencia que atribuye la personalidad artística adoptada. c. Establece una reflexión bajo una personalidad distinta a lo establecido por el artista
	¿Cómo se relaciona tu concepto de identidad artística con el género musical que desarrollas?	a. Define la razón del origen del género artístico b. Determina potencialidades o limitantes del género definido. c. Establece una reflexión bajo un género distinto a lo establecido por el artista

Una vez definido el esquema de perfilación, es necesario establecer valoraciones de control en cada apartado. Para ello, la formulación de indicadores en la ficha de identidad artística se vuelve indispensable, ya que permite evaluar la efectividad de las respuestas obtenidas y garantizar su claridad, coherencia y pertinencia.

Tabla 7. *Esquema de valoración de identidad artística.*

Esquema de valoración de identidad artística		
Interrogante	Indicador	Observaciones
¿Qué concepto de identidad has definido para representarte artísticamente?	Claridad del concepto	¿Define la frase de manera comprensible?
	Grado de concreción	¿La idea o metáfora refuerza la identidad?
¿Qué valores transmite tu identidad artística?	Número de valores mencionados	Debe ser mínimo 3 valores
	Ejemplificación	¿Respalda los valores con experiencias o acciones que relata?
¿Qué rasgos de tu personalidad artística te representan mejor?	Diversidad de rasgos	Debe ser mínimo 2 adjetivos claros
	Coherencia de los rasgos	¿Los adjetivos se ven reflejados en la música del artista?

Esquema de valoración de identidad artística		
Interrogante	Indicador	Observaciones
¿De qué manera tu estilo de vida cotidiano se conecta con tu propuesta musical?	Grado de vinculación	¿Menciona hábitos o actividades que lo influyen?
	Relevancia	¿Establece conexión con la idea artística?
¿Cómo se relaciona tu concepto de identidad artística con el género musical que desarrollas?	Claridad de relación	¿La identidad del artista guarda relación en el género musical?
	Capacidad de diferenciación	¿Determina hábitos, conductas o acciones que lo diferencian del resto de artistas?

b. Ficha de identidad visual

La identidad visual en un artista radica es otro de los aspectos fundamentales en el perfil artístico, pues permite consolidar una representación coherente y reconocible que trasciende lo meramente estético. Por tanto, el propósito de establecer una ficha de identidad visual radica en proyectar, a través de la indumentaria, la imagen escénica, los hábitos cotidianos, el consumo de marcas y la comunicación complementaria, una narrativa visual que refuerce los valores, la personalidad y el concepto artístico previamente definidos.

Tabla 8. *Esquema de perfilación de identidad visual.*

Esquema de perfilación de identidad visual		
Enfoque	Análisis	Desarrollo
Plantillas de caracterización	Indumentaria y estilo personal	a. Estilo predominante: ☐ Urbano ☐ Elegante / Formal ☐ Minimalista ☐ Tradicional / Cultural ☐ Alternativo / Experimental ☐ Deportivo / Casual b. Colores más usados en vestimenta: ☐ Oscuros ☐ Neutros ☐ Brillantes ☐ Pasteles c. Accesorios característicos: ☐ Gafas / Lentes ☐ Sombreros / Gorros ☐ Joyas / Cadenas / Aretes ☐ Tatuajes visibles

Esquema de perfilación de identidad visual		
Enfoque	Análisis	Desarrollo
Plantillas de caracterización	Imagen escénica	En el escenario se viste como: ☐ Más llamativo que en la vida diaria ☐ Más elegante y sofisticado ☐ Más extravagante y experimental ☐ Similar a su estilo cotidiano
	Vida cotidiana	En la rutina diaria suele vestir: ☐ Deportivo ☐ Casual urbano ☐ Sobrio y formal ☐ Estilo relajado / cómodo
	Consumo de productos y marcas	Preferencia de ropa y accesorios: ☐ Marcas internacionales de lujo ☐ Marcas internacionales comerciales ☐ Moda local / nacional ☐ Prendas artesanales o personalizadas
	Comunicación visual y complementaria	a. Cabello y peinado característico: ☐ Color natural ☐ Colores llamativos ☐ Estilo clásico b. Uso de maquillaje: ☐ Neutro / natural ☐ Llamativo / artístico ☐ Temático ☐ No usa

Con base a los resultados generados, la incorporación de indicadores de logro en la caracterización de la identidad visual permite reducir la subjetividad en las respuestas y establecer criterios más objetivos de análisis, además de que, facilita la comparación entre distintos artistas, garantizando que cada categoría aporte información clara, coherente y medible, lo que concluye en un adecuado desarrollo del artista. Así pues, la siguiente tabla define los criterios de control para cada una de las características establecidas en el cuadro de esquema de perfilación de identidad visual:

Tabla 9. *Esquema de valoración de identidad visual.*

Esquema de valoración de la identidad visual		
Enfoque	Indicador	Observaciones
Indumentaria y estilo personal	Claridad descriptiva	¿Define al menos un estilo claro sobre las prendas y colores?
	Nivel de diferenciación	¿Permite distinguirse de otros artistas?
Imagen escénica	Definición del contraste	¿Resalta una diferencia entre la imagen escénica y personal?
	Innovación	¿Señala recursos distintivos?
Vida cotidiana	Autenticidad	¿Los hábitos personales se ven reflejados en la vida artística?
	Consistencia narrativa:	¿Existe coherencia entre el estilo privador y público?
Consumo de productos y marcas	Claridad de preferencia:	¿Logra reconocer el uso preferente de varias marcas?
	Potencial de branding	¿Las marcas elegidas se asocian con el estilo artístico?
Comunicación visual y complementaria	Definición de elementos	¿Define el valor del consumo de algún producto para reforzar el perfil artístico?
	Reconocimiento	¿El producto empleado o estilo visual refuerza la imagen artística?

c. Ficha de narrativa personal

Otro elemento clave dentro del perfil artístico lo establece la narrativa personal, para lo cual, la propuesta se constituye una herramienta de síntesis que ofrece una visión clara de la historia personal, el reflejo del artista en la obra y la conexión emocional con la audiencia, permitiendo identificar patrones, fortalezas y áreas de desarrollo en la construcción de la identidad artística.

Tabla 10. *Esquema de perfilación de narrativa personal*

Eje de análisis	Dimensión	Criterios de evaluación	Instrumento de análisis	Observación
Origen artístico	Trayectoria	Primera conexión con la música / educación	Entrevista	Es necesario establecer un cuestionario con enfoque abierto para facilitar las respuestas.
	Dedicación	Dificultades afrontadas, estrategias de resiliencia		
	Motivación	Aspiraciones artísticas / personales		
Narrativa de las obras	Composición musical	Coherencia narrativa / conexión con el público	Ficha de observación	Se debe formular una guía donde se considere: a) Temáticas: amor, lucha, etc. b) Lenguaje empelado en la letra. c) Impacto emocional en versos o sonidos de la obra musical.
	Performances / presentaciones	Narrativa visual / escena coherente		Se requiere una guía donde se considere: a) Actitud en escena. b) Elementos estéticos. c) Interacción espontanea con el público.
Conexión con la audiencia	Interacción en redes	Reacción de los seguidores	Cuestionario	Es necesario formular un guía de preguntas cerradas cuyo enfoque radique en: a) Nivel de empatía con el artista. b) Inspiración que genera las obras. c) Grado de preferencia.
	Conexión emocional	Motivación / impacto emocional		

Perfil administrativo

Manteniendo el concepto de desarrollo del sector artístico, establecer un análisis de perfiles administrativos para comprender el fortalecimiento del sector musical en el Ecuador resulta fundamental para la investigación, dado que, permite identificar las competencias, funciones y responsabilidades necesarias para profesionalizar el desarrollo de las actividades, optimizar los recursos disponibles y articular la creatividad con un modelo eficiente de organización.

a. Enfoque de ejecución

Así pues, el desarrollo del perfil administrativo de la propuesta comprende dos enfoques de ejecución, el primero basado en la proyección industrial, es decir, el crecimiento de organizaciones dentro del sector creativo, y, por otro lado, determinar un modelo de roles orientado al desarrollo artístico individual o grupal. Dicho esto, a continuación, se consideran los siguientes niveles de participación:

Modelo de proyección industrial

Nivel estratégico:

- Dirección administrativa
- Dirección corporativa

Nivel de gestión artístico y producción:

- División de artista y repertorio
- División de producción
- División de management

Nivel de marketing y desarrollo:

- División de marketing
- División de merchandising

Nivel de soporte administrativo:

- Departamento legal
- Departamento financiero
- Departamento de talento humano

b. Perfilación del enfoque de ejecución

Partiendo de la idea descrita, el establecimiento de una guía de responsabilidades para cada cargo dentro de la administración artística resulta esencial, puesto que, permite definir con claridad el alcance de las funciones correspondientes a cada actividad, evitando la duplicidad de tareas y garantizando que no se omitan actividades críticas para el desarrollo de los proyectos musicales.

Cabe añadir que, la profesionalización del sector musical en un esquema organizacional evidencia que la sostenibilidad de la propuesta artística no depende únicamente del talento creativo, sino también de una gestión estructurada y estratégica para el desarrollo de la economía creativa.

Tabla 11. *Esquema de perfil de puestos - Gerente general.*

Perfil de puestos	
Cargo / Puesto	Gerente general
Objetivo del puesto	Encargado de la toma de decisiones, la visión global de la empresa y estrategias gerenciales
Estudios realizados	Formación en administración de empresas, gestión cultural, economía creativa o especialidades afines.
Áreas de coordinación	
Jefe inmediato superior	Consejo directivo
Relaciones del puesto	A&R, producción, marketing, finanzas, legal, RRHH
Responsabilidades	• Establecer objetivos estratégicos de proyecto musical. • Gestionar alianzas con inversionistas, marcas, instituciones culturales y medios. • Aprobar presupuestos y supervisar el uso eficiente de recursos.
Competencias	• Capacidad para gestionar proyectos artísticos • Habilidad para coordinar equipos técnicos

Tabla 12. *Esquema de perfil de puestos – Director de Desarrollo Artístico.*

Perfil de puestos	
Cargo / Puesto	Director de Desarrollo Artístico
Objetivo del puesto	Responsable de la selección de talentos, dirección musical, compositores y productores.
Estudios realizados	Formación en educación musical, producción y gestión cultural.
Áreas de coordinación	
Jefe inmediato superior	Gerente general
Relaciones del puesto	Producción, marketing, management de artistas.
Responsabilidades	• Detectar y reclutar talentos artísticos. • Evaluar propuestas musicales y seleccionar repertorio acorde a la estrategia de la empresa. • Coordinar sesiones de composición y grabación con productores y compositores.
Competencias	• Criterio artístico. • Creatividad. • Habilidad de comunicación.

Tabla 13. *Esquema de perfil de puestos – Director de Producción Musical.*

Perfil de puestos	
Cargo / Puesto	Director de Producción Musical
Objetivo del puesto	Responsable de garantizar la planificación, coordinación y ejecución de los procesos técnicos y creativos para el desarrollo de producciones musicales, audiovisuales y escénicas.
Estudios realizados	Estudios en producción audiovisual, ingeniería de sonido, música o artes escénicas.
Áreas de coordinación	
Jefe inmediato superior	Gerente general
Relaciones del puesto	A&R, Marketing, Management de artistas.
Responsabilidades	• Planificar y coordinar grabaciones en estudio. • Supervisar el trabajo del equipo de producción y técnicos. • Garantizar la calidad de los proyectos y la puesta en escena. • Gestionar cronogramas de producción y asegurar el cumplimiento en los plazos respectivos.
Competencias	• Capacidad para gestionar proyectos artísticos. • Facilidad para gestionar talento humano. • Conocimiento en innovación tecnológica del rubro.

Tabla 14. *Esquema de perfil de puestos – Director de Marketing.*

Perfil de puestos	
Cargo / Puesto	Director de Marketing
Objetivo del puesto	Responsable de establecer estrategias de posicionamiento del artista o proyecto musical en el mercado, además de gestionar campañas en medios tradicionales y digitales.
Estudios realizados	Estudios en Marketing y Publicidad, Comunicación y gestión cultural.
Áreas de coordinación	
Jefe inmediato superior	Gerente general
Relaciones del puesto	Producción, Management de artistas y Merchandising
Responsabilidades	• Diseñar campañas de lanzamiento y giras. • Administrar redes sociales y coordinar estrategias de comunicación digital. • Negociar espacios en medios de comunicación. • Identificar oportunidades de desarrollo y alianzas comerciales.
Competencias	• Conocimiento en estrategias digitales. • Capacidad de análisis Branding. • Habilidad para analizar tendencias. • Creatividad publicitaria.

Tabla 15. *Esquema de perfil de puestos – Director de Management*

Perfil de puestos	
Cargo / Puesto	Director de Management
Objetivo del puesto	Responsable de planificar, coordinar y supervisar la carrera profesional del artista o del grupo artístico, asegurando una gestión integral de las presentaciones, contratos y relaciones públicas.
Estudios realizados	Estudios en Administración, Negociación y Relaciones comerciales.
Áreas de coordinación	
Jefe inmediato superior	Gerente general
Relaciones del puesto	Marketing, Producción, Legal y Financiero
Responsabilidades	• Coordinar la agenda de presentaciones, entrevistas, ensayos y giras. • Negociar contratos con casas productoras, festivales locales y marcas comerciales. • Proteger la imagen pública del artista.
Competencias	• Capacidad de organización. • Habilidad de negociación. • Facilidad para la resolución de conflictos. • Inteligencia emocional.

Tabla 16. *Esquema de perfil de puestos – Director Financiero.*

Perfil de puestos	
Cargo / Puesto	Director Financiero
Objetivo del puesto	Responsable de garantizar la estabilidad y sostenibilidad económica de la organización a través de la planificación estratégica de los recursos económicos generados por las actividades del negocio.
Estudios realizados	Estudios en Administración, Contabilidad o Economía
Áreas de coordinación	
Jefe inmediato superior	Gerente general
Relaciones del puesto	Todas las áreas establecidas
Responsabilidades	• Elaborar presupuestos y controlar el flujo de caja. • Gestionar pagos a proveedores, artistas y terceros. • Elaborar reportes financieros periódicos. • Identificar fuentes de financiamiento externo.
Competencias	• Capacidad de análisis financiero. • Templanza para gestionar riesgos. • Ética profesional.

Tabla 17. *Esquema de perfil de puestos – Director Jurídico.*

Perfil de puestos	
Cargo / Puesto	Director Jurídico
Objetivo del puesto	Responsable de proteger los intereses de la organización y de los artistas.
Estudios realizados	Estudios en Derecho con especialización en propiedad intelectual respaldando la divulgación adecuada de las obras musicales y comerciales.
Áreas de coordinación	
Jefe inmediato superior	Gerente general
Relaciones del puesto	Management de artistas, Marketing, Financiero.
Responsabilidades	• Redactar y revisar contratos con artistas, patrocinadores y distribuidores. • Registrar obras musicales y audiovisuales ante entidades de derechos de autor. • Gestionar licencias, regalías y protección de la marca artística. • Asesorar sobre normativas nacionales e internacionales relacionadas con la industria musical.
Competencias	• Conocimiento de legislación nacional e internacional. • Ética profesional. • Capacidad de negociación.

c. Modelo de roles

Por otro lado, basándose en el desarrollo inicial del artista como agente independiente, la implementación de una estructura de roles dentro de la gestión de un proyecto musical resulta fundamental para garantizar la claridad de funciones, la optimización del tiempo y la profesionalización del trabajo artístico. Para ello se requiere seguir el siguiente esquema de participación:

Nivel de gestión general

- A. Ejecución del artista principal o participación del integrante con mayor iniciativa.

Nivel de producción artística

- B. Ejecución del artista principal o participación del grupo en conjunto para la composición, producción, ensayos y coordinación de grabación.

Nivel de management

- C. Ejecución del artista principal o delegación de la responsabilidad al integrante con mayor confianza para la coordinación de presentaciones y contratos básicos.

Nivel de marketing o comunicación

- D. Se requiere de un elemento externo al grupo artístico.
- E. Encargado del manejo de las redes sociales del grupo artístico y de apoyo para el apoyo en plataformas digitales.

Nivel de finanzas

- F. Ejecución a cargo del responsable de management para el control de ingresos y gastos de operación.

Estrategia comercial

Otras de las acciones necesarias para el fortalecimiento del sector artístico musical se definen en la elaboración de un plan de acción comercial que permita estructurar de manera estratégica los procesos vinculados a la proyección y sostenibilidad del artista. Para ello, el plan descrito integra acciones específicas relacionadas con la selección adecuada de espacios de exposición, la definición de mecanismos de colaboración según los objetivos de exposición y el fortalecimiento de la marca, en este sentido, se describen las siguientes actividades:

a. Proceso de relaciones comerciales

La definición de una guía de espacios de exposición permite que el artista consolide un marco de referencia claro sobre como identificar, evaluar y seleccionar los lugares más adecuados para difundir la propuesta musical desarrollada. Así pues, dicha herramienta evita la improvisación en la toma de decisiones, asegurándose que cada presentación se realice en contextos coherentes con el público objetivo.

Tabla 18. *Estrategia de Alianzas comerciales*

Estrategia de alianza comerciales		
Enfoque	Análisis	Desarrollo
Definir espacios de exposición	Objetivo	Define el objetivo que se quiere alcanzar • Exposición del artista • Fortalecer el reconocimiento de marca • Generar ingresos
	Perfil del público objetivo	Es necesario reconocer el perfil del público al cual se quiere alcanzar, para ello, establece un claro perfil de la audiencia Datos demográficos: • Edad • Nivel socioeconómico • Preferencia de género musical Referencias de consumo musical: • Plataformas de preferencias • Frecuencia con la que escuchan • Lugares de consumo Referencia digital: • Redes sociales de interés. • Grado de interacción. • Tipo de contenido (video / sonido)

Estrategia de alianza comerciales		
Enfoque	Análisis	Desarrollo
	Mapeo de espacios	• Establece una lista de locales potenciales • Comparar el perfil del público objetivo con la audiencia del local
	Criterio de selección	Para seleccionar un establecimiento en específico es recomendable seguir los siguientes criterios: • Capacidad del establecimiento. • Grado de afluencia de clientes. • Disponibilidad de escenario. • Ubicación y accesibilidad. • Modelo de colaboración entre el local y el artista • Promoción que ofrece el local.
Definir espacios de exposición	Negociación	Establece criterios claves de colaboración, para ello es necesario considerar: Presentación • Fecha / hora / lugar de presentación. • Tiempo de montaje. • Tiempos de presentación. Pago • Forma de pago (Fijo / Consumo) • Momento de pago (Antes / Final Combinado) Responsabilidades del establecimiento • Espacio adecuado y seguro. • Difusión en las redes sociales del establecimiento. • Equipamiento técnico básico tales como micrófono, stand y otros recursos de apoyo. Obligaciones del artista • Cumplir los horarios acordados. • Seguir las normas de conducta del local. • Difusión en las redes sociales del artista Condiciones legales básicas • Plazo de cancelación sin penalización al menos 5 días. • Responsabilidad de gastos publicitarios por cancelación (establecimiento / artista). • Cancelación de contrato por cancelación justificada de carácter agravado (establecimiento / artista).

b. Proceso de colaboración flexible

Resulta fundamental en la gestión de proyectos musicales establecer un proceso de colaboración flexible que comprenda diferentes contextos y objetivos sin limitar el crecimiento del artista o grupo musical, para ello, la siguiente tabla describe las acciones según el propósito que se desea alcanzar, ya sea de exposición, fortalecimiento de la marca o de generación de ingresos económicos:

Tabla 19. *Estrategia de colaboración flexible.*

Estrategia de Colaboración flexible		
Enfoque	Análisis	Desarrollo
Modelo de colaboración flexible	Visibilidad inicial	a. Negociación: • Teniendo en cuenta que en dicha fase se pretende generar el reconocimiento del artista o grupo musical no se determina un valor económico fijo por presentación dejando a la libertad y acuerdo de ambas partes pactar el método simbólico de compensación. • Es necesario acordar realizar publicidad activa en las redes sociales del establecimiento. b. Preparación de kit de prensa electrónico: • El artista o grupo debe contar con un portafolio digital en que se recaben fotos de otros eventos o ensayos, link de música creada o covers realizados y afiche publicitario digital. • Dicha información será entregada al establecimiento para la respectiva promoción en las redes sociales del local. c. Documentación de la presentación: • Establece la facilidad de documentar a través de video y fotos el evento realizado por el artista o grupo musical para uso de contenido personal. • Determina la colaboración de la persona implicada a cargo de la gestión de las redes sociales del artista o grupo musical para la acción establecida.

Estrategia de Colaboración flexible		
Enfoque	Análisis	Desarrollo
Modelo de colaboración flexible	Fortalecimiento de la marca artística	a. Negociación: • Una vez alcanzada la visibilidad del artista o grupo, es necesario establecer una retribución económica fija por presentación realizada y mantener los parámetros establecidos en la casilla de negociación correspondiente al apartado de espacios de exposición. • Es necesario acordar realizar publicidad activa en las redes sociales del establecimiento, además de permitir ubicar en las mesas de los clientes un afiche de QR para interés de los clientes. • El material publicitario básico lo establecerá el artista, en caso de requerirse publicidad complementaria estará a cargo del establecimiento según se establezca en el acuerdo de negociación. b. Preparación de kit de prensa electrónico y físico: • Se establecen los mismos lineamientos predefinidos • Se añade los recursos físicos con opción de QR para generar visitas al perfil del artista o grupo musical • Se establecen material visual tales como, poster o banner de publicidad artística c. Documentación de la presentación: • Se establecen los mismos lineamientos predefinidos. • Establecer una transmisión en vivo a través de las redes oficiales del artista o grupo musical.

Estrategia de alianza comerciales		
Enfoque	Análisis	Desarrollo
Modelo de colaboración flexible	Rentabilidad	a. Negociación: • Dado el reconocimiento del artista o grupo musical se determina un valor económico fijo por presentación. • Las adecuaciones publicitarias y demás gastos de divulgación corresponden al establecimiento en caso de requerirse. • Se determina un pago de comisión por las facilidades prestadas por el establecimiento por concepto de merchandising del artista o grupo musical el cual se pactará por mutuo acuerdo. • Se establece las facilidades técnicas para el desarrollo del concierto. b. Venta de merchandising • Se establece las acciones de marketing destinadas a ofertar productos únicos en los conciertos • Se define la mercadería destinada a la venta, tales como, souvenir o CD digitales de las nuevas canciones del artista o grupo musical. • Se asegura el diseño de un espacio para la venta de los productos y el stock promedio según la capacidad de audiencia que abarque el establecimiento.

c. Proceso de gestión digital del artista

Finalmente, el diseño de una guía de desarrollo económico para la generación de contenido en plataformas digitales resulta de gran importancia dado que, responde a las dinámicas actuales de la industria musical, en el cual, la distribución y monetización de contenidos se concentran en diversos entornos virtuales. Con base he dicho contexto, a continuación, se establece una guía que promueven el aprovechamiento de las herramientas de marketing digital, para la diversificación de fuentes de monetización.

Tabla 20. *Estrategia de gestión digital.*

Estrategia de gestión digital		
Enfoque	Análisis	Desarrollo
Desarrollo técnico en plataforma de YouTube	Base del canal	a. Ventaja de desarrollo • Se establece como una red social de gran alcance. • Facilita la transmisión como plataforma de streaming. • Comprende un motor de búsqueda que direcciona directamente diversas opciones musicales del artista. • Mantiene una mayor presencia en el medio digital sin que pierda impacto. • Ofrece una mayor diversidad de formas de monetización a través de vistas, publicidad o membresías. b. Desventaja • La visibilidad depende del trabajo que realice el artista en otras plataformas para mantener las vistas. • Si no se establece la cuenta como un canal oficial con verificación YouTube Official Artist Channel, la música del artista no se muestra con regularidad. • La verificación solo se realiza a través de casas productoras o disqueras oficiales, sin importar la relevancia en el medio del artista.
	Estrategia de contenido	a. Formato de videos • Video extendido de 3 o 5 minutos en formato horizontal. • Videos oficiales: Requieren de una alta inversión y organización, aplicar únicamente en momentos estratégicos. • Videos liricos: Requiere de una fracción de inversión o inclusive ninguna, aplica a todo el repertorio del artista. • Videos blogs: videos relacionados con la generación de los videos anteriores. b. Short • Video corto de 1 o 3 minutos máximo en formato vertical. • Se proyectan diversas acciones de interacción, vida diaria, experiencias. c. Publicaciones • Similar a otras plataformas digitales donde se puede publicar fotos o realizar encuestas.

Estrategia de gestión digital		
Enfoque	Análisis	Desarrollo
Desarrollo técnico en plataforma de YouTube	Activación del algoritmo	a. Consolida el título • Aplica el formato: Nombre artístico + nombre de la canción + (Tipo de formato). • Para videos no musicales: Emplea títulos llamativos. b. Establece descripciones • Evita emplear frases populares como, sígueme en mis redes. • Establece un relato del video o añade enlaces a las redes del artista o créditos musicales. c. Define etiquetas: La adaptación de elementos claves favorece los motores de búsqueda, por tanto: • Añade el nombre artístico. • Título de la canción. • Género musical. d. Refuerza la comunidad: Mantén activo la interacción con los fans en los comentarios, para ello: • Responde comentarios. • Crea conversaciones. • Promociona las demás redes.
	Plan de acción	Hoja de ruta • Establece un plan de contenido mensual tanto para los videos cortos, videos extendidos o videos blogs. • Define el objetivo según el contenido desarrollado, ya sea, lanzamiento de un nuevo sencillo o de mantenimiento • Publica al menos un video extendido al mes. • Publica al menos 2 videos cortos a la semana. • Publica al menos 2 estados en la sección de publicaciones para generar interacción • Establece fechas fijas donde se subirá el contenido semanal • Programa los videos para facilitar el proceso de publicación. • Determina fechas u horarios únicamente para crear el contenido. • Evalúa la interacción y las reacciones de los usuarios en los videos para mejorar las estrategias.

Estrategia de gestión digital		
Enfoque	Análisis	Desarrollo
Desarrollo técnico en plataformas de servicio	Base del canal	a. Ventaja de desarrollo - No se requiere del respaldo de una marca discográfica. - Tiene un gran alcance tanto nacional como internacional. - Mejorar la exposición del artista y reconocimiento de la marca. - Ofrece un alto alcance de ingreso económico dado la diversidad de propuestas. - Es posible negociar regalías y mantener derechos de autor. - Comprende un método seguro de pago dentro de la plataforma. b. Desventaja - Se requiere de un trabajo constante hasta lograr un reconocimiento. - Existe una gran competencia entre diversos artistas. - Los valores se establecen a través de la oferta y demanda, por lo tanto, no se mantienen fijos y puede variar según cada artista. - Existe un costo de distribución por el uso de la plataforma, de modo que la ganancia no es completa para el artista. - No todas las plataformas ofrecen protección por derecho de autor.
	Plan de acción	a. Define un objetivo - Establece la intención artística, ya sea, la composición de letras, música, arreglos o grabación de voces. b. Define plataformas: En Ecuador se establecen diversas opciones entre ellos: - UMW Recording: Plataforma ecuatoriana, cuenta con oficina física en Guayaquil. - Emet Music: Empresa digital ecuatoriana no cuenta con oficina. - MusicosEC: Plataforma ecuatoriana, no cuenta con oficina. - Latitud 1x1: Plataforma ecuatoriana, no cuenta con oficina.

Estrategia de gestión digital		
Enfoque	Análisis	Desarrollo
Desarrollo técnico en plataformas de servicio	Plan de acción	c. Evalúa costo y alcance del público • Identifica de cada plataforma el pago por concepto de registro y comisiones por ventas realizadas. • Verifica las opciones de servicios que se pueden ofertar. • Analiza el perfil de los competidores que se muestran en cada página. d. Establece una fase inicial • Establece al menos 2 plataformas digitales. • Promociona tu servicio Carga contenido que consideres se puede comercializar con mayor rapidez, tales como, sonido para introducción de streaming o cualquier creador de contenido. • Determinar la efectividad del producto en cada plataforma. • Evalúa el número de encargos realizados dentro de un periodo de 3 meses. • Decide si continuar manteniendo presencia en dichas plataformas.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Según el propósito general de la investigación, se concluye que, establecer el análisis de gestión desde el punto de vista comercial de la economía creativa pone en evidencia la necesidad de diseñar una serie de estrategias que promuevan el desarrollo del sector musical en el Ecuador. En este sentido, la implementación de estrategias en el campo artístico, administrativo y comercial permitió articular aspectos claves para proyectar a los artistas hacia una mayor profesionalización de la industria al consolidar la importancia no solo del talento musical, sino también, de una visión estructurada para la sostenibilidad de los artistas.

Por otro lado, dentro del enfoque del primer objetivo se destaca que, la descripción del marco teórico permitió reconocer que la industria musical constituye un sector estratégico dentro del modelo económico creativo de cualquier país que busca nuevas alternativas para el desarrollo social. No obstante, dicha implementación requiere de diversas estructuras y organizaciones que promuevan el progreso de las estrategias, tanto en el aspecto políticas, en los modelos administrativos y la profesionalización musical.

De igual modo, en un segundo objetivo, se concluye que, los resultados obtenidos a partir de las herramientas metodológicas señaladas revelaron que, los principales retos del sector musical se relacionan con la falta de planificación estratégica de los artistas emergentes, la escasa articulación entre actores culturales y organizacionales, así como también, en la limitada inversión estatal en formación profesional en el sector cultural.

Por último, y en concordancia con el tercer objetivo específico, se determina que, la definición de criterios diversos de evaluación orientados a la sostenibilidad y la sustentabilidad de los proyectos musicales garantiza la permanencia de la industria musical en el tiempo, así como también, se refuerzan las relaciones y estrategias comerciales. Por ende, la propuesta plantea la combinación de acciones en el marco artístico, administrativo y comercial, determinando las bases un modelo que permite la adaptación a los cambios del entorno.

Recomendaciones

Con base en los resultados obtenidos, se recomienda que, para futuras investigaciones se profundice con mayor detalle en modelos internacionales que permitan contrastar el desarrollo de la industria musical internacional con el modelo ecuatoriano a fin de establecer mejoras en las estrategias consolidadas. Así también, resulta fundamental indagar en las estrategias digitales para la monetización de las obras artísticas no solo en plataformas de YouTube o de comisiones, sino también, en Tik Tok, Instagram y Spotify.

Finalmente, se sugiere ampliar la indagación hacia el análisis de políticas públicas y marcos normativos que contribuyan a la consolidación de la economía creativa y la protección legal de las obras musicales en el entorno digital, de manera que, se genere un entorno institucional sólido que respalde y potencie la producción creativa en el Ecuador.

Bibliografía

- Acosta Cuenca, C. S. (14 de 10 de 2024). *Virtuanex*. Obtenido de Economía creativa 2025: nuevas oportunidades y retos:
https://issuu.com/cayosebastianacostacuenca/docs/magazine_octubre-nro_14/s/59820601
- Amaro Fuentes, A. (28 de 09 de 2024). *Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura*. Obtenido de <https://observatorio.uartes.edu.ec/2024/09/28/resistir-ante-lo-mainstream-un-vistazo-al-sector-musical-ecuatoriano/>
- Archetto, M. B. (10 de 03 de 2021). *Condé Nast Traveler*. Obtenido de <https://www.traveler.es/viajeros/articulos/estudio-revela-los-paises-mas-influyentes-en-la-musica-medimops/20436>
- Arias Gonzalez, J. L. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación*. Arequipa, Perú: Enfoques Consulting EIRL. Obtenido de https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Asamblea Nacional del Ecuador. (29 de 11 de 2016). *Ley Orgánica de Cultura*. Obtenido de <https://www.wipo.int/wipolex/es/legislation/details/17150>
- Astudillo Moya, M., & Paniagua Ballinas, J. F. (2012). *Fundamentos de Economía*. México: Instituto de Investigaciones Económicas: Probooks. Obtenido de <https://ru.iiec.unam.mx/2462/1/FundamentosDeEconomiaSecuenciaCorrecta.pdf>
- Astudillo Moya, M., & Paniagua Ballinas, J. F. (2012). *Fundamentos de Economía*. México: UNAM Instituto de Investigaciones Económicas. Obtenido de <https://ru.iiec.unam.mx/2462/1/FundamentosDeEconomiaSecuenciaCorrecta.pdf>
- Astudillo, M. (02 de 01 de 2025). *Ecuavisa*. Obtenido de <https://www.ecuavisa.com/entretenimiento/musica/cero-musicos-ecuatorianos-top-mas-escuchado-pais-analisis-consumir-lo-nuestro-GX8550679>

- Babativa Novoa, C. A. (2017). *Investigación Cuantitativa*. Bogotá, Colombia: Fundación Universitaria del Área Andina. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/326424046.pdf>
- Barbosa Ocampo, S. I., Varón Parra, M. S., & Montoya Restrepo, L. A. (2023). El modelo de negocios de la música de cámara, sinfónica y el canto lírico en Bogotá. *Calle 14 revista de investigación en el campo del arte*, 146-159. doi:<https://doi.org/10.14483/21450706.20639>
- Barrios Del Ángel, A. X., Reyna Castillo, M. Á., & Bucio Gutierrez, D. (2022). Activos intangibles y la competitividad sostenible en las empresas familiares. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, vol. XXVIII, núm. 3, 94-105. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28071865007/28071865007.pdf>
- Bedoya, L. (16 de 11 de 2024). *Ficha Hotel Wayra*. Obtenido de La Influencia de la Música Colombiana y sus Nuevos Artistas en el Crecimiento del Turismo en Colombia: <https://fincahotelwayra.com/la-influencia-de-la-musica-colombiana-y-sus-nuevos-artistas-en-el-crecimiento-del-turismo-en-colombia/>
- Bolaño, C., & Molina, C. (2020). Introducción. Industrias culturales y Economía Política en América Latina y el Caribe. En *Industrias culturales y economía política* (págs. 1-22). Quito, Ecuador: CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/18294/1/REXTN-Ch142-06-Miranda.pdf>
- Cabanilla, M., & Tenorio, D. (2017). *Pasillo: Una herencia negada*. Guayaquil: Universidad Espiritu Santo. Obtenido de <https://repositorio.uees.edu.ec:8443/server/api/core/bitstreams/dc175f02-ddfc-46fa-9edf-58dfc0e3fcd1/content>
- Caicedo, J. (2021). *La Industria Musical en las Plataformas Digitales en el Año 2021: ¿Cómo Emprender con la Música en la Era Digital?* Guayaquil, Ecuador: Universidad de las Artes. Obtenido de

<https://dspace.uartes.edu.ec/bitstream/123456789/766/1/Proyecto%20Titulaci%C3%B3n%20Johnny%20Caicedo%20Final.pdf>

Caravaca Fernández, R. (2012). *La gestión de las músicas actuales*. Madrid, España: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Obtenido de <https://www.sibetrans.com/grupos/public/docs/ruben-caravaca-la-gestion-de-la-musica.pdf>

Carretero Gómez, A. (2006). *Un recorrido conceptual sobre las ciencias económicas perspectivas*. Cochabamba, Bolivia: Universidad Católica Boliviana San Pablo. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942516001.pdf>

Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales. (2025). *Reporte de tendencias. Instrumentos musicales*. Perú: CIEN. Obtenido de https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2025/05/CIEN_RT_May2025_final.pdf

Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: McGraw-Hill. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20Idalberto.%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20Administraci%C3%B3n.pdf

Cisneros Caicedo, A. J., Guevara García, A. F., Urdánigo Cedeño, J. J., & Garcés Bravo, J. E. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia. *Revista Ciencias Económicas y Empresariales*, 1165-1185. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i41.2546>

Comisión de Legislación y Codificación. (28 de 12 de 2006). *Ley de propiedad Intelectual*. Obtenido de <https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2022/02/Texto-Legal-N%C2%B010.pdf>

De Sancha Navarro, J. M. (2020). *La economía de la música: Dos estudios sobre la demanda y el emprendimiento musical*. Sevilla, España: Universidad de

Sevilla. Obtenido de <https://idus.us.es/server/api/core/bitstreams/b2287565-2d91-4ae9-9eb0-5621be32a378/content>

Devesa Fernández, M. (2019). Repercusiones económicas y sociales de los festivales de música: sistemas de medición e indicadores de impacto. *Revista transcultural de música*, 1-23. Obtenido de <https://www.sibetrans.com/trans/public/docs/8db-final-trans-2019.pdf>

El Comercio. (29 de 11 de 2021). *Diario El Comercio*. Obtenido de https://www.elcomercio.com/tendencias/cultura/estado-inversion-ministerio-cultura-presupuesto/?utm_source=chatgpt.com

El Comercio. (24 de 08 de 2022). *Diario El Comercio*. Obtenido de
[https://www.elcomercio.com/tendencias/entretenimiento/genero-musical-
escuchado-ecuador-
regueton/?fbclid=IwY2xjawLnkalleHRuA2FlbQIxMABicmlkETF1QmdXcF
Q3d0QwYUPEtTlhAR6aVS77WjSp4FeWd8b2FREHUUKHBzjuT4-
7xhb324PjwmkJ-5Vi1W6luLOqJQ_aem_ht7eqX5nMOB-
6Go46LTTUA&fb](https://www.elcomercio.com/tendencias/entretenimiento/genero-musical-escuchado-ecuador-regueton/?fbclid=IwY2xjawLnkalleHRuA2FlbQIxMABicmlkETF1QmdXcFQ3d0QwYUPEtTlhAR6aVS77WjSp4FeWd8b2FREHUUKHBzjuT4-7xhb324PjwmkJ-5Vi1W6luLOqJQ_aem_ht7eqX5nMOB-6Go46LTTUA&fb)

Fernández Sahelices, C. (2022). *Nuevos modelos de exportación musical: El K-Pop y su consumo por la audiencia española*. Valladolid, España: Universidad de Valladolid. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/55751/TFM-J-86.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Flores, K. (28 de 11 de 2024). *La Prensa*. Obtenido de <https://laprensa.com.ec/porque-el-talento-musical-local-no-es-apreciado-en-ecuador/#:~:text=Desigualdades%20y%20falta%20de%20apoyo,nacionales%20frente%20a%20artistas%20extranjeros.&text=Durante%20la%20pandemia%2C%20los%20artistas,creativas%20nacionales%2>

Fonseca Reis, A. C. (2008). *Economía creativa : como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. São Paulo, Brasil: Itaú Cultural. Obtenido de <https://garimpodesolucoes.com.br/wp->

content/uploads/2014/09/Economi%CC%81a-Creativa-como-Estrategia-de-Desarrollo1.pdf

Foppiano, G. (2016). *Negocios Musicales. ¿Se puede vivir del arte en el Perú?* Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/618951/Negocios+Musicales+Tomo+I+-+1er.pdf;jsessionid=6599AFD5AF17D6BD5A68C466845FC9C5?sequence=1>

Gavilanes, P. (31 de 05 de 2024). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/entretenimiento/artistas-emergentes-mis-bandas-nacionales-ecuador.html>

Guivernau, A. (2022). *Impacto económico en la industria de la música en directo*. Barcelona, España: Universitat de Barcelona. Obtenido de <https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/Informe%20OBS%20Festivales.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México, DF: McGraw Hill. Obtenido de https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2022). *Plan de Fortalecimiento Institucional de Patrimonio*. Ecuador: Ministerio de Cultura y Patrimonio. Obtenido de https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/08/Plan-de-fortalecimiento_v11_sml.pdf

Iqbal, M. (25 de 02 de 2025). *Business of Apps*. Obtenido de <https://www.businessofapps.com/data/spotify-statistics/>

Leiva Cañete, F. (2025). La cultura y la creatividad en las comunidades y los territorios en los centros de las industrias culturales y la economía creativa . *Revista Publicos*, 20-27. Obtenido de <https://revistapublicos.com/wp-content/uploads/2025/02/Leiva-Cañete-F.-La-cultura-y-la-creatividad-en-las-comunidades-y-los-territorios-en-los-centros-de-las-industrias-culturales-y-la-economía-creativa-.pdf>

content/uploads/2025/03/RP9_Debates_La-cultura-y-la-creatividad-de-las-comunidades_Fabiola-Leiva-Caniete.pdf

López León, M. E., Junco Martínez, F., & Portal Moreno, R. (2022). La Gestión del conocimiento en Las Industrias Creativas o la Economía de la Creatividad. *Bibliotecas Anales de Investigación*, 1-12. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8740023.pdf>

Ministerio de Cultura de Argentina. (2023). Gestión de sellos independientes. De la pasión por divulgar la música a nuestra PyME cultural. *Guía REC*, 74-90. Obtenido de https://www.cultura.gob.ar/media/uploads/04-gestion-de-sellos-independientes_guia-rec.pdf

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2023). *Plan Sectorial de Cultura y Patrimonio 2021-2025*. Ecuador: Ministerio de Cultura y Patrimonio. Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/03/Plan-Sectorial-Cultura-y-Patrimonio-2021-2025.pdf>

Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes. (2025). *Plan Nacional de Música para la Convivencia 2025-2034*. Bogotá, Colombia: Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes. Obtenido de <https://www.prensajuridica.com/A-PI-EDICION-34-2025/MinCulturas%20Plan%20Nacional%20de%20M%C3%BAsica%202025-2035.pdf>

Mir, E. (2024). *Impacto económico en la industria de la música en directo*. Barcelona, España: OBS Business School. Obtenido de <https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/Informe%20OBS%20Festivales%20de%20Musica.pdf>

Moisand, J. (2020). El canto del pueblo: La música entre la revolución y la comercialización en el siglo XIX. *Revista Vientosur*, 62-72. Obtenido de https://vientosur.info/wp-content/uploads/spip/pdf/VS141_J_Moisand_El_canto_del_pueblo_musica_entre_revolucion_y_comercializacion_XIX.pdf

- Muñoz, C. (2022). Enfoques, teorías e investigaciones sobre el pensamiento creativo. Un estudio de revisión. *Revista Innova Educación Vol. 4 Núm. 1*, 157-171. doi:<https://doi.org/10.35622/j.rie.2022.01.012>
- Naciones Unidas. (2022). *Perspectivas de la Economía Creativa. Panorama General*. Ginebra: Creative Commons. Obtenido de https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_overview_es.pdf
- Naciones Unidas. (2024). *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*. Ginebra: Reunión Multianual de Expertos sobre Comercio, Servicios y Desarrollo. Obtenido de https://unctad.org/system/files/official-document/c1mem4d32_es_0.pdf
- Navarro, F. (15 de 07 de 2024). *Muyinteresante*. Obtenido de <https://www.muyinteresante.com/historia/65393.html>
- Newbiggin, J. (2010). *La economía creativa. Una guía introductoria*. Londres, Reino Unido: British Council. Obtenido de https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_La-economia-creativa-una-guia-introductoria_V1_010210.pdf
- Ñopo Olazábal, V. H. (2022). Gestión en la industria musical: generacion de un modelo de negocio. *Revista Scielo*, 131-145. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ppo/n27/2011-804X-ppo-27-128.pdf>
- Organización de Naciones Unidas. (21 de 03 de 2024). *ONU Comercio y Desarrollo*. Obtenido de <https://unctad.org/es/news/modelo-k-pop-inspirandose-en-las-industrias-creativas-de-corea-del-sur>
- 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*. Madrid, España: Universidad Pontificia Comillas. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/422002/retrieve>

- Ortiz, F. (11 de 03 de 2022). *Programa Universitario de Estudios sobre Asia, África y Oceanía*. Obtenido de El impacto del K-Pop en la economía surcoreana: <https://pueaa.unam.mx/blog/k-pop-en-la-economia-surcoreana>
- Ortiz, L. (13 de 06 de 2025). *Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/revistagestion/analisis/desnutricion-infantil-ninos-ecuador-bono-100898/>
- Panicello, V. (2022). *La creatividad impulsa el futuro*. San Julián de Loria, Andorra: Universitat Carlemany. Obtenido de https://www.observatoriorh.com/wp-content/uploads/2022/05/informe_la_creatividad_impulsa_el_futuro_universitat_carlemany.pdf
- Park, J. (2023). From Cultural Export to Economic Engine: Examining the Role of K-Pop in the Growth of the South Korean Economy. *Open Journal of Business and Management*, 2198-2214. Obtenido de <https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=127654>
- Pascua Vicente, S. (18 de 02 de 2025). *Internacional; Se publica un informe sobre la remuneración abonada por los servicios digitales de música a los artistas* . Obtenido de <https://institutoautor.org/internacional-se-publica-un-informe-sobre-la-remuneracion-abonada-por-los-servicios-digitales-de-musica-a-los-artistas/>
- Pilao Rodríguez, Á. (2020). *La industria musical, la cibernética y el streaming*. España: Universidad de Sevilla. Obtenido de <https://idus.us.es/server/api/core/bitstreams/d2c6e774-4539-41c7-8c29-0fe7295d5050/content>
- Piña Ferrer, L. S. (2023). El enfoque cualitativo: Una alternativa compleja dentro del mundo de la investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 1-3. doi:<https://doi.org/10.35381/r.k.v8i15.2440>
- Rodríguez Peñuela, J. A. (2025). Música, Educación y Diversidad: El Impacto del Festival Nuevo Horizonte en la Escuela Rural. *Ciencia Latina Revista*

Científica Multidisciplinar Volumen 9 Número 1, 11100 - 11123. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/16690>

Salazar, S. (22 de 02 de 2025). *Periodico Digital. La Hora*. Obtenido de La viralidad de la música en las redes sociales:
<https://www.lahora.com.ec/columnistasnacionales/La-viralidad-de-la-musica-en-las-redes-sociales-20250222-0003.html>

Salto Coloma, F. (2019). *Bases y estrategias de la gestión (de lo) cultural Derechos culturales para el Buen Vivir*. Quito-Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19037/1/Bases%20y%20estrategias.pdf>

Salvador Guerra, C. E. (2019). Clúster: Potenciador del desarrollo local. *Revista Científica Ecociencia*, 1-22. Obtenido de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/download/272/216>

SAYCE. (2025). *Tarifario. Respetamos los derechos de autor*. Ecuador: SAYCE.
Obtenido de <https://sayce.com.ec/wp-content/uploads/2025/02/TARIFARIO-2025.pdf>

SENESCYT. (PRIMER TRIMESTRE de 2025). *Admisión EC*. Obtenido de https://universidadesdeecuador.com/carrera/artes-musicales/?utm_source

Spotify. (12 de 03 de 2025). *Informe Loud & CLear*. Obtenido de <https://newsroom.spotify.com/2025-03-12/mas-alla-de-las-ganancias-como-el-impacto-cultural-y-financiero-de-la-industria-musical-define-su-exito-en-2025/>

Unesco. (2022). Conferencia Mundial de la UNESCO sobre las Políticas Culturales y el Desarrollo Sostenible. *MONDIACULT*, 1-16. Obtenido de https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2022/09/4.MONDIACULT_ES_BACKGROUND%20DOCUMENT.pdf

Unesco. (20 de 04 de 2023). *Unesco*. Obtenido de
<https://www.unesco.org/es/articles/foro-internacional-sobre-la-economia-creativa-para-el-desarrollo-sostenible>



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Jiménez Cedeño, Rosemarie Andrea**, con C.C: # **0929262558** autora del trabajo de titulación: **Análisis de la Gestión Administrativa en la Economía Creativa para el fortalecimiento del sector musical en el Ecuador** previo a la obtención del título de **MAGISTER EN FINANZAS Y ECONOMIA EMPRESARIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 6 días del mes de marzo del año 2026

Nombre: **Jiménez Cedeño, Rosemarie Andrea**

C.C: **0929262558**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	"Análisis de la Gestión Administrativa en la Economía Creativa para el fortalecimiento del sector musical en el Ecuador"		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Jiménez Cedeño Rosemarie Andrea		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ing. María Josefina Alcívar Avilés, Ph.D.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Finanzas y Economía Empresarial		
GRADO OBTENIDO:	Magister en Finanzas y Economía Empresarial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	2026	No. DE PÁGINAS:	99
ÁREAS TEMÁTICAS:	Modelos de desarrollo económico, Organización y dirección de empresas		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Economía creativa, Sector musical, Gestión, Estrategia Comerciales.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): La presente propuesta de investigación abordó el análisis de la gestión visto desde el enfoque de la economía creativa con el objetivo de proponer estrategias que fortalezcan el sector musical en el Ecuador, para ello, se partió de la contextualización teórica sobre la economía creativa y el desarrollo comercial de la industria musical, complementada con el análisis de variables obtenidas a través de la aplicación de herramientas metodológicas que permitieron identificar los principales retos del sector. En este sentido, los resultados generados de la entrevista a diversos profesionales del sector musical y la conformación de un focus grupo para entender la realidad de los artistas independientes, permitieron elaborar una propuesta estructurada bajo tres ejes fundamentales que abarca el perfil artístico, el modelo administrativo y el plan comercial, siendo dichos enfoques los criterios necesarios para impulsar la profesionalización del artista independiente y la consolidación al sector musical como motor cultural y económico del país.			
ADJUNTO PDF:	☒ SI		☐ NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-981541136		E-mail: rjimenez2104@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Econ. Ma. Teresa Alcívar Avilés, Ph.D. Teléfono: 0990898747 E-mail: maria.alcivar10@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			