



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

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

Berni Luis Holguín Terán¹, Antonio Amado Mendoza Briones²

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

e1313159152@live.ulead.edu.ec¹; amado.mendoza@uleam.edu.ec²

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

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

Recibido: 4-sep-2025

Aceptado: 1-mar-2026

Código Clasificación JEL: L20, L82, M10, M31, Z11

RESUMEN

El estudio analizó la incidencia de la gestión empresarial en el éxito de las agrupaciones musicales de Manta. Se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, alcance descriptivo y diseño transversal no experimental. La información se recopiló mediante entrevistas semiestructuradas aplicadas a cinco agrupaciones seleccionadas por trayectoria y representatividad local. El análisis temático realizado con ATLAS.ti, permitió identificar categorías relacionadas con organización interna, planificación estratégica, gestión financiera, promoción digital y sostenibilidad. Los hallazgos evidenciaron patrones de liderazgo centralizado, planificación empírica, autogestión financiera y uso estratégico de redes sociales para posicionamiento artístico. Se concluyó que la adaptabilidad organizacional, la comunicación interna y el marketing digital influyen significativamente en la permanencia y competitividad de las agrupaciones musicales dentro del mercado local y nacional.

PALABRAS CLAVE: gestión empresarial, agrupaciones musicales, sostenibilidad, marketing digital.

ABSTRACT

The study analyzed the impact of business management on the success of musical groups in Manta. It was conducted using a qualitative approach, with a descriptive scope and a non-experimental cross-sectional design. Data were collected through semistructured interviews with five groups selected based on their track record and

local representativeness. The thematic analysis conducted using ATLAS.ti identified categories related to internal organization, strategic planning, financial management, digital promotion, and sustainability. The findings revealed patterns of centralized leadership, empirical planning, financial self-management, and the strategic use of social media for artistic positioning. It was concluded that organizational adaptability, internal communication, and digital marketing significantly influence the longevity and competitiveness of musical groups within the local and national markets.

KEYWORDS: business management, musical groups, sustainability, digital marketing.

INTRODUCCIÓN

La música constituye una manifestación cultural y social con una importante capacidad de influencia en la construcción de identidades, dinámicas de consumo y formas de interacción colectiva. En la actualidad, las agrupaciones musicales no solo representan expresiones artísticas, sino también unidades organizacionales que participan activamente en mercados culturales cada vez más competitivos y digitalizados (ESA, 2023). En este contexto, la transformación tecnológica y la expansión de las plataformas digitales han modificado profundamente la estructura de la industria musical, obligando a los actores del sector a replantear sus estrategias de producción, promoción y sostenibilidad económica (Orive, 2020; Valdivia, 2022).

La evolución de la industria musical ha generado nuevas oportunidades para la difusión artística, pero también ha incrementado las exigencias relacionadas con la administración organizacional, el posicionamiento comercial y la adaptación al entorno digital. En consecuencia, las agrupaciones musicales han debido incorporar prácticas vinculadas con la gestión empresarial, particularmente en áreas como planificación, promoción, liderazgo, administración financiera y marketing digital. Esta transformación ha permitido comprender que el éxito de una agrupación no depende exclusivamente del talento artístico, sino también de su capacidad para gestionar recursos, consolidar su imagen y sostenerse dentro del mercado cultural (Ñopo-Olazabal, 2022).

Desde esta perspectiva, la gestión empresarial puede entenderse como un conjunto de procesos orientados a la planificación, organización, dirección y control de recursos para alcanzar objetivos institucionales de manera eficiente (Koontz & Weihrich, 2012). Aunque estos principios han sido ampliamente estudiados en empresas tradicionales, su aplicación en organizaciones artístico-culturales continúa siendo limitada dentro de la literatura científica. Esto resulta relevante debido a que muchas agrupaciones musicales operan bajo esquemas de autogestión, liderazgo empírico y estructuras organizacionales informales, donde las decisiones estratégicas suelen depender de la experiencia práctica y no de modelos administrativos formalizados.

En Ecuador, las agrupaciones musicales representan un componente importante de la economía cultural y del entretenimiento social. En ciudades como Manta, estas organizaciones participan activamente en eventos turísticos, festividades locales, conciertos y actividades recreativas que dinamizan la economía y fortalecen la identidad cultural de la población. Sin embargo, pese a su relevancia social y económica, muchas agrupaciones enfrentan dificultades relacionadas con sostenibilidad financiera, posicionamiento competitivo, gestión organizacional y adaptación tecnológica, factores que limitan su permanencia y crecimiento dentro del mercado musical.

A pesar de la importancia del sector artístico-musical, existe una limitada producción académica orientada a analizar cómo las prácticas de gestión empresarial influyen en el éxito y sostenibilidad de las agrupaciones musicales locales. La mayoría de las investigaciones se han concentrado en aspectos culturales o históricos de la música, dejando en segundo plano el análisis organizacional y administrativo de estas entidades. En consecuencia, persiste un vacío teórico y práctico respecto a las dinámicas de gestión implementadas por las agrupaciones musicales de Manta y su incidencia en el logro de objetivos económicos, comerciales y de posicionamiento artístico.

Las agrupaciones musicales contemporáneas se desenvuelven en un entorno altamente competitivo, condicionado por las transformaciones tecnológicas, las dinámicas digitales de consumo y las nuevas exigencias del mercado cultural. En este escenario, la permanencia y posicionamiento de las agrupaciones musicales ya no dependen exclusivamente de la calidad artística, sino también de la capacidad organizacional para administrar recursos, fortalecer su imagen, adaptarse al entorno digital y desarrollar estrategias sostenibles de gestión.

En la ciudad de Manta, las agrupaciones musicales representan un componente importante dentro de la actividad cultural y del entretenimiento social, participando activamente en eventos turísticos, festividades populares y actividades recreativas. Sin embargo, muchas de estas organizaciones operan bajo esquemas administrativos empíricos, estructuras organizacionales informales y modelos de autogestión que, aunque les permiten responder de manera flexible a las exigencias del entorno, también generan limitaciones relacionadas con planificación estratégica, sostenibilidad financiera y crecimiento organizacional.

A pesar de la relevancia económica y cultural de estas agrupaciones, existe una limitada investigación orientada a comprender cómo las prácticas de gestión empresarial influyen en su éxito y permanencia dentro del mercado artístico local. La literatura disponible se ha concentrado principalmente en aspectos culturales, históricos o musicales, dejando un vacío respecto al análisis administrativo y organizacional de estas entidades artísticas desde una perspectiva empresarial.

En consecuencia, el problema de investigación se centró en determinar de qué manera las prácticas de gestión empresarial incidieron en el éxito de las agrupaciones musicales de la ciudad de Manta, considerando aspectos relacionados con organización interna, planificación estratégica, gestión financiera, promoción digital y sostenibilidad organizacional.

La investigación adquiere relevancia teórica porque amplía el análisis de la gestión empresarial hacia contextos artístico-culturales poco explorados por la literatura administrativa tradicional. Asimismo, aporta una visión interdisciplinaria que integra gestión, economía cultural y sostenibilidad organizacional dentro del sector musical. Desde una perspectiva práctica, los hallazgos permiten identificar estrategias de gestión aplicables a agrupaciones musicales locales, contribuyendo al fortalecimiento de sus capacidades organizacionales, competitividad y permanencia en el mercado.

Las agrupaciones musicales contemporáneas se desarrollan en un entorno dinámico caracterizado por la transformación digital, la competitividad del mercado cultural y las nuevas formas de consumo artístico. En este contexto, el éxito de las agrupaciones ya no depende únicamente del talento musical, sino también de su capacidad

para implementar prácticas de gestión empresarial orientadas a la organización, planificación, promoción y sostenibilidad. En ciudades como Manta, estas agrupaciones cumplen un importante rol cultural, social y económico al participar activamente en eventos recreativos, turísticos y festividades locales; sin embargo, muchas operan bajo esquemas administrativos empíricos, estructuras organizacionales informales y procesos de autogestión que limitan su crecimiento y estabilidad financiera.

A pesar de la relevancia del sector artístico-musical, existe escasa literatura científica enfocada en analizar las dinámicas de gestión empresarial aplicadas a agrupaciones musicales locales, evidenciándose un vacío teórico respecto a cómo las estrategias organizacionales inciden en su permanencia y posicionamiento competitivo. En respuesta a esta problemática, la presente investigación tuvo como objetivo analizar la incidencia de la gestión empresarial en el éxito de las agrupaciones musicales de la ciudad de Manta. Para ello, se desarrolló un estudio con enfoque cualitativo y alcance descriptivo, utilizando entrevistas semiestructuradas aplicadas a cinco agrupaciones musicales seleccionadas por su trayectoria y representatividad local. El análisis permitió identificar categorías relacionadas con organización interna, liderazgo, planificación estratégica, promoción digital, gestión financiera y sostenibilidad organizacional, evidenciando patrones de liderazgo centralizado, autogestión y adaptabilidad operativa dentro del sector musical local.

METODOLOGÍA

La presente investigación adoptó un enfoque cualitativo, orientado a comprender de manera profunda las prácticas de gestión empresarial implementadas por las agrupaciones musicales de la ciudad de Manta y su incidencia en el éxito organizacional. Este enfoque permitió interpretar las experiencias, percepciones y dinámicas de funcionamiento de los actores involucrados dentro de su contexto natural, priorizando el análisis descriptivo de los fenómenos estudiados. Según Narváez (2023), la investigación cualitativa facilita el entendimiento integral de realidades sociales complejas mediante técnicas centradas en la interacción y la interpretación de los participantes.

El estudio se desarrolló con un alcance descriptivo y un diseño transversal no experimental. La información fue recolectada en un único momento temporal, sin manipulación de variables, con el propósito de describir las características organizacionales, financieras y promocionales presentes en las agrupaciones musicales analizadas. Este tipo de diseño permitió examinar las prácticas de gestión utilizadas en su estado natural y comprender cómo estas se manifiestan dentro del entorno artístico-musical local (Guevara et al., 2020; Velázquez, 2023).

La muestra estuvo conformada por cinco agrupaciones musicales de la ciudad de Manta: El Combo de Darwin, Grupo Kbanda, Los Gigantes de Jairo, Orquesta Banda Joven y Los de la Salsa. Debido a las características específicas del fenómeno estudiado y al interés por obtener información detallada de agrupaciones con trayectoria y reconocimiento local, se empleó un muestreo intencional por criterios. La selección consideró aspectos como experiencia artística, permanencia en el mercado musical y participación activa en eventos sociales y culturales de la ciudad. Asimismo, se trabajó con la totalidad de agrupaciones identificadas que cumplían con los criterios establecidos, permitiendo alcanzar saturación teórica en las categorías analizadas.

La unidad de análisis estuvo conformada por los líderes o representantes de cada agrupación musical, debido a que son quienes participan directamente en la toma de decisiones administrativas, financieras y organizacionales. Su experiencia permitió obtener información relevante sobre las prácticas de gestión implementadas y las dinámicas de funcionamiento interno de las agrupaciones.

Para la recolección de información se utilizó la entrevista semiestructurada, técnica que permitió mantener una guía temática flexible y, al mismo tiempo, profundizar en aspectos emergentes durante el diálogo con los participantes. Las entrevistas estuvieron orientadas a explorar categorías relacionadas con organización interna, liderazgo, planificación estratégica, gestión financiera, promoción digital y sostenibilidad organizacional. La guía de entrevista fue elaborada con base en los objetivos de investigación y revisada por criterio académico para garantizar pertinencia y coherencia temática.

El análisis de la información se realizó mediante un proceso de codificación temática asistido por el software ATLAS.ti. Inicialmente se efectuó una lectura comprensiva de las entrevistas para identificar unidades de significado relevantes; posteriormente, se establecieron códigos abiertos que permitieron agrupar patrones, similitudes y categorías emergentes vinculadas con las variables del estudio. Finalmente, se desarrolló un proceso de interpretación comparativa entre los hallazgos obtenidos y los planteamientos teóricos revisados en la literatura científica. Para fortalecer el rigor metodológico se consideraron criterios de coherencia interpretativa, triangulación teórica y revisión constante de las categorías emergentes durante el análisis. Además, se garantizó la confidencialidad de la información proporcionada por los participantes y el uso exclusivamente académico de los datos recopilados.

RESULTADOS

A partir de las entrevistas realizadas a las agrupaciones musicales de la ciudad de Manta, se identificaron diferentes prácticas de gestión empresarial relacionadas con organización interna, liderazgo, planificación, promoción digital y sostenibilidad. El análisis efectuado mediante ATLAS.ti permitió reconocer patrones comunes en la forma en que estas agrupaciones administraban sus actividades y enfrentaban los desafíos propios del sector artístico-musical.

Organización interna y liderazgo: Los resultados mostraron que las agrupaciones musicales funcionaban principalmente bajo estructuras organizacionales informales y con un liderazgo centralizado. En la mayoría de los casos, las decisiones importantes eran tomadas por los directores o miembros fundadores, quienes además asumían responsabilidades relacionadas con contratación de eventos, manejo financiero y coordinación general de las actividades.

Durante las entrevistas, varios participantes manifestaron que esta dinámica respondía a factores de confianza y experiencia dentro de la agrupación. Uno de los entrevistados comentó que “las decisiones importantes las toma el director porque es quien maneja los contratos y la parte económica”. Este hallazgo permitió observar que la gestión se desarrollaba de manera práctica y flexible, priorizando la rapidez en la toma de decisiones antes que una estructura administrativa formal. Sin embargo, también se evidenció un trabajo colaborativo entre los integrantes, especialmente en actividades vinculadas con promoción y difusión digital. Las agrupaciones utilizaban

redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok y WhatsApp para compartir contenido audiovisual y fortalecer su presencia dentro del mercado local y nacional.

Planificación y gestión financiera: En relación con la planificación estratégica, las entrevistas revelaron que la mayoría de las agrupaciones no contaban con objetivos formalmente establecidos a corto, mediano o largo plazo. Las decisiones generalmente eran tomadas de acuerdo con las necesidades inmediatas, la experiencia adquirida y las exigencias de cada presentación artística.

Asimismo, los resultados evidenciaron que uno de los principales desafíos era la sostenibilidad financiera. Los participantes señalaron dificultades para cubrir gastos relacionados con movilización, equipos de sonido, logística y mantenimiento de instrumentos musicales. Frente a esta situación, era frecuente que los directores o integrantes utilizaran recursos económicos personales para sostener las actividades de la agrupación. Uno de los entrevistados expresó que “muchas veces debemos cubrir gastos con dinero propio para poder cumplir con los eventos”. Este resultado reflejó una fuerte presencia de autogestión financiera y una alta dependencia del compromiso individual de los miembros para mantener activa la agrupación.

Promoción digital y posicionamiento: Los resultados evidenciaron que las agrupaciones musicales otorgaban una alta importancia a la promoción digital como estrategia para incrementar su visibilidad y fortalecer su posicionamiento en el mercado. Las entrevistas mostraron que las redes sociales constituían el principal medio de difusión utilizado por las agrupaciones para promocionar presentaciones, compartir contenido audiovisual y proyectar una imagen profesional hacia el público.

Las plataformas más utilizadas fueron Facebook, Instagram, TikTok y WhatsApp, donde publicaban fotografías profesionales, videos de presentaciones en vivo y material promocional relacionado con eventos y repertorios musicales. En la mayoría de los casos, estas actividades eran coordinadas por el director o por integrantes con mayor experiencia en manejo digital. Uno de los participantes señaló que “si no estamos activos en redes sociales prácticamente no existimos para muchos clientes”. Este hallazgo reflejó que la presencia digital se había convertido en una herramienta fundamental para ampliar el alcance de las agrupaciones y generar nuevas oportunidades de contratación dentro y fuera de la ciudad de Manta. Además, las entrevistas permitieron identificar que la calidad visual del contenido publicado influía directamente en la percepción profesional de las agrupaciones. La inversión en producción audiovisual y promoción digital fue considerada una estrategia importante para diferenciarse dentro de un mercado artístico cada vez más competitivo.

Sostenibilidad y permanencia organizacional: En relación con la sostenibilidad organizacional, los resultados mostraron que las agrupaciones enfrentaban múltiples desafíos externos que afectaban directamente su estabilidad económica y operativa. Entre los principales factores identificados estuvieron la inseguridad, la cancelación de eventos y la inestabilidad del entorno social, situaciones que generaban pérdidas económicas y dificultades para mantener continuidad en las actividades musicales.

A pesar de estas limitaciones, los participantes coincidieron en que la permanencia de las agrupaciones dependía en gran medida de la comunicación interna, el compromiso colectivo y el cumplimiento de responsabilidades entre los integrantes. Las relaciones de confianza, respeto y cooperación fueron mencionadas

como elementos fundamentales para sostener el funcionamiento de las agrupaciones a largo plazo. Uno de los entrevistados expresó que “si no existe unión entre los integrantes, la agrupación no puede mantenerse”. Este resultado permitió comprender que, además de los factores económicos y administrativos, la sostenibilidad también estaba vinculada con aspectos humanos y organizacionales que fortalecían la estabilidad interna del grupo.

De manera general, los hallazgos evidenciaron que las agrupaciones musicales desarrollaban modelos de gestión flexibles y adaptativos, donde la autogestión, el liderazgo práctico y el trabajo colaborativo cumplían un papel importante en la permanencia y competitividad dentro del sector artístico local.

Tabla 1

Síntesis de categorías y hallazgos identificados

Categoría de análisis	Hallazgos identificados
Organización interna y liderazgo	Predominaron estructuras organizacionales informales y liderazgo centralizado en directores o fundadores.
Planificación estratégica	Las decisiones fueron tomadas de manera empírica y adaptativa, sin planificación formal a largo plazo.
Gestión financiera	Existió dependencia de recursos personales y autogestión económica para cubrir gastos operativos.
Promoción digital	Las redes sociales constituyeron la principal estrategia de posicionamiento y difusión artística.
Sostenibilidad organizacional	La permanencia de las agrupaciones estuvo asociada con comunicación interna, compromiso grupal y capacidad de adaptación frente a factores externos.

Nota. Fuente: Entrevistas semiestructuradas aplicadas a agrupaciones musicales de la ciudad de Manta.

Los resultados obtenidos permitieron comprender que las prácticas de gestión empresarial implementadas por las agrupaciones musicales no respondieron necesariamente a modelos administrativos formales, sino a dinámicas organizacionales flexibles construidas desde la experiencia práctica, la autogestión y la adaptación constante al entorno. En este sentido, los hallazgos identificados establecieron elementos relevantes para contrastar las prácticas observadas con los planteamientos teóricos abordados en la investigación y analizar su incidencia en el éxito y sostenibilidad de las agrupaciones musicales estudiadas.

DISCUSIÓN

Los hallazgos obtenidos permitieron comprender que la gestión empresarial desarrollada por las agrupaciones musicales de la ciudad de Manta se caracterizó por una combinación entre liderazgo práctico, autogestión y capacidad de adaptación al entorno artístico y comercial. Aunque las agrupaciones no operaban bajo modelos administrativos formalmente estructurados, sí implementaban prácticas organizacionales orientadas a sostener sus actividades, posicionarse en el mercado y responder a las exigencias de un entorno competitivo. En este sentido, los resultados confirmaron parcialmente el objetivo específico relacionado con la identificación de las prácticas de gestión empresarial vigentes, evidenciando que la experiencia práctica y la flexibilidad operativa cumplían un papel más relevante que la planificación tradicional propuesta por los modelos administrativos clásicos.

En relación con la organización interna, los resultados mostraron que las agrupaciones funcionaban principalmente bajo estructuras centralizadas, donde los directores o fundadores asumían responsabilidades administrativas, financieras y operativas. Este hallazgo coincidió parcialmente con lo planteado por Lussier (2021), quien sostiene que los líderes organizacionales orientan el cumplimiento de objetivos mediante el uso eficiente de

recursos. Sin embargo, en el contexto artístico-musical analizado, esta gestión no respondió a esquemas jerárquicos rígidos, sino a dinámicas más flexibles construidas desde la confianza, la experiencia y la necesidad de mantener un control directo sobre las actividades de la agrupación. Esto permitió identificar una forma de liderazgo adaptativa, propia de organizaciones culturales con recursos limitados y alta dependencia del compromiso individual.

Asimismo, los resultados relacionados con planificación estratégica evidenciaron una limitada formalización de objetivos a corto, mediano y largo plazo. Las decisiones generalmente fueron tomadas de acuerdo con las necesidades inmediatas, la experiencia adquirida y las exigencias del entorno musical. Este comportamiento difirió de lo planteado por Koontz y Wehrich (2012), quienes consideran la planificación como un componente esencial para el crecimiento organizacional. No obstante, dentro del contexto estudiado, la ausencia de planificación formal no impidió el funcionamiento de las agrupaciones, sino que dio paso a modelos de gestión más reactivos y adaptativos. En este sentido, los hallazgos coincidieron con lo expuesto por Ñopo-Olazabal (2022), quien describe a los músicos y agrupaciones musicales como organizaciones de autogestión capaces de desarrollar mecanismos de sostenibilidad basados en la práctica cotidiana y la cooperación interna.

Respecto a la gestión financiera, los resultados reflejaron una fuerte dependencia de recursos personales para cubrir gastos operativos relacionados con movilización, mantenimiento de equipos, logística y presentaciones artísticas. Esta situación evidenció que gran parte de la sostenibilidad económica de las agrupaciones recaía directamente sobre sus directores o integrantes principales. Aunque esta dinámica permitió mantener continuidad en las actividades musicales, también reveló limitaciones importantes para el crecimiento organizacional y la consolidación financiera a largo plazo. Desde esta perspectiva, los hallazgos permitieron comprender que la sostenibilidad de estas agrupaciones no dependía exclusivamente de ingresos económicos constantes, sino también del compromiso individual y de la capacidad de adaptación frente a escenarios adversos.

Por otra parte, la promoción digital emergió como uno de los elementos más relevantes dentro de las prácticas de gestión identificadas. Las agrupaciones utilizaron activamente redes sociales y contenido audiovisual como mecanismos de posicionamiento y difusión artística, fortaleciendo así su presencia dentro del mercado local y nacional. Estos resultados coincidieron con lo planteado por Kotler y Keller (2016), quienes destacan la importancia del marketing como herramienta estratégica para fortalecer la visibilidad y competitividad organizacional. En el caso de las agrupaciones musicales estudiadas, el uso de plataformas digitales permitió ampliar el alcance de sus servicios y construir una imagen más profesional frente al público y potenciales contratantes.

Finalmente, los resultados relacionados con sostenibilidad organizacional mostraron que las agrupaciones enfrentaban constantes desafíos externos, especialmente aquellos vinculados con inseguridad, cancelación de eventos e inestabilidad social. Sin embargo, también se identificó que factores internos como comunicación, compromiso grupal, respeto y cumplimiento de roles fueron determinantes para garantizar la permanencia de las agrupaciones en el tiempo. Este hallazgo permitió interpretar que el éxito organizacional dentro del sector musical no solo dependía de factores económicos o administrativos, sino también de la capacidad de mantener relaciones internas sólidas y mecanismos de cooperación entre sus integrantes. En consecuencia, la investigación permitió confirmar la hipótesis general del estudio, evidenciando que la gestión empresarial sí incidió significativamente

en el éxito y sostenibilidad de las agrupaciones musicales de la ciudad de Manta, aunque dicha gestión se manifestó desde modelos flexibles, empíricos y adaptados a la realidad del sector artístico-cultural local.

En términos generales, los hallazgos permitieron identificar que las agrupaciones musicales de Manta han construido modelos de gestión híbridos, donde coexisten prácticas administrativas básicas con dinámicas informales propias del sector artístico-cultural. Esta situación refleja que, dentro de contextos creativos y con recursos limitados, la sostenibilidad organizacional no necesariamente depende de estructuras empresariales tradicionales, sino de la capacidad de adaptación, innovación y autogestión desarrollada por sus integrantes. Desde esta perspectiva, el estudio aporta evidencia sobre la necesidad de analizar la gestión empresarial desde enfoques más flexibles e interdisciplinarios, especialmente en sectores culturales donde las dinámicas organizacionales responden a factores sociales, económicos y humanos distintos a los modelos corporativos convencionales.

CONCLUSIONES

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

Los resultados de la investigación permitieron concluir que la gestión empresarial incidió significativamente en el éxito y sostenibilidad de las agrupaciones musicales de la ciudad de Manta, aunque dicha gestión no se desarrolló bajo modelos administrativos estrictamente formales. Las agrupaciones analizadas operaban principalmente mediante esquemas flexibles de autogestión, donde el liderazgo centralizado, la experiencia práctica y la capacidad de adaptación constituyeron elementos fundamentales para mantener estabilidad organizacional y continuidad en sus actividades artísticas. En este sentido, el estudio evidenció que el éxito dentro del sector musical local no dependió únicamente del talento artístico, sino también de la forma en que las agrupaciones administraban sus recursos, coordinaban sus actividades y respondían a las exigencias del entorno competitivo.

Asimismo, se concluyó que las prácticas de planificación estratégica eran limitadas y se desarrollaban principalmente desde una lógica empírica y reactiva. Las decisiones organizacionales generalmente estuvieron orientadas por las necesidades inmediatas de operación y por la experiencia acumulada de los directores o integrantes de mayor trayectoria. Aunque esta dinámica permitió flexibilidad frente a los cambios del entorno, también reflejó dificultades para establecer proyecciones organizacionales a largo plazo y consolidar procesos administrativos más estructurados.

En relación con la gestión financiera, el estudio permitió identificar una fuerte dependencia de recursos personales para sostener gastos operativos relacionados con logística, equipos de sonido, transporte y mantenimiento de instrumentos musicales. Esta situación evidenció que gran parte de la sostenibilidad económica de las agrupaciones recaía directamente sobre el compromiso individual de sus integrantes, especialmente de los directores o fundadores. A pesar de estas limitaciones, las agrupaciones lograban mantenerse activas gracias a mecanismos de cooperación interna y a la capacidad de adaptación desarrollada dentro de su dinámica organizacional.

Por otra parte, la promoción digital representó una de las estrategias de gestión más relevantes dentro de las agrupaciones musicales estudiadas. El uso constante de redes sociales, contenido audiovisual y plataformas digitales permitió fortalecer la visibilidad, mejorar el posicionamiento artístico y ampliar las oportunidades de contratación dentro y fuera de la ciudad de Manta. Los resultados mostraron que la presencia digital se había convertido en un componente esencial para la competitividad de las agrupaciones dentro del mercado musical contemporáneo.

Finalmente, se concluyó que la sostenibilidad de las agrupaciones musicales no estuvo determinada únicamente por factores económicos, sino también por aspectos humanos y organizacionales como la comunicación interna, el compromiso grupal, el respeto entre integrantes y el cumplimiento de responsabilidades. Estos elementos fortalecieron la permanencia de las agrupaciones frente a dificultades externas relacionadas con inseguridad, cancelación de eventos e inestabilidad social, demostrando que la cohesión interna y la adaptabilidad organizacional constituyeron factores decisivos para su continuidad dentro del sector artístico-cultural de la ciudad de Manta.

En conjunto, la investigación permitió comprender que la gestión empresarial dentro de las agrupaciones musicales trasciende los enfoques administrativos tradicionales y se configura como un proceso dinámico condicionado por la experiencia, la autogestión y las exigencias del entorno cultural. El estudio evidenció que, aun en contextos organizacionales informales, las prácticas de liderazgo, promoción digital, coordinación interna y adaptación estratégica influyen directamente en la permanencia y competitividad de las agrupaciones musicales. De esta manera, la investigación aporta una visión más amplia sobre la relación entre gestión empresarial y sostenibilidad artística, contribuyendo al análisis académico de sectores culturales poco explorados desde la perspectiva administrativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Cárdenas-Mariluz, D. (2024). Gestión empresarial y competitividad de empresas de supervisión y análisis químico al sector minero del Perú. *Industrial Data*, 27(1). <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9788452.pdf>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson.
- Condori-Cari, L. W., Larico-Mamani, E., Machaca-Huancollo, D. F., & Molina-Chambi, E. E. (2021). Gestión empresarial y sostenibilidad organizacional. *Polo del Conocimiento*. <https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2796>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa: descriptivas, experimentales, participativas y de investigación-acción. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7591592.pdf>
- Haro Haro, E., Rodríguez Alegría, M., & Urbina Poveda, M. (2020). Gestión de control interno para Pymes desde el gobierno corporativo e incidencia en resultados financieros. *Ciencia Digital*.

- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- Howkins, J. (2013). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin Books.
- Julio Quintana, P. D. (2020). Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*, 4(16), 272–283. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.99>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15.ª ed.). Pearson Educación.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2012). *Administración: Una perspectiva global, empresarial y de innovación*. McGraw-Hill.
- Lussier, R. (2021). *Fundamentos de gestión: conceptos, aplicaciones y desarrollo de habilidades*. Sage Publications.
- Miño Ayala, N. A., Mayorga Pozo, G. A., & Padilla Martínez, M. P. (2023). La gestión empresarial para una buena administración de las pymes comerciales de la ciudad de Ambato. *AlfaPublicaciones*, 5(1), 127–142. <https://doi.org/10.33262/ap.v5i1.307>
- Narváez, M. (2023). Método de investigación cualitativa: Qué es y cómo usarlo. *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-de-investigacion-cualitativo/>
- Ñopo-Olazabal, V. H. (2022). Gestión en la industria musical: generación de un modelo de negocio. *Pensamiento, Palabra y Obra*, (27), 128–147.
- 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* [Trabajo de Licenciatura, Universidad Pontificia Comillas].
- Personio. (2022). *Entrevista semiestructurada: qué es, cómo hacerla y sus áreas de aplicación*. <https://www.personio.es/glosario/entrevista-semiestructurada/>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Administración* (14.ª ed.). Pearson Educación.
- UNESCO. (2022). *Re|Pensar las políticas para la creatividad*. UNESCO Publishing.
- Valdivia, P. R. A. (2022). El futuro de la industria musical en la era de la inteligencia artificial. *Artnodes*. <https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i30.399485>
- Velázquez, A. (2023). Investigación no experimental: qué es, características, ventajas y ejemplos. *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-no-experimental/>