



Ing



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico previo a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Personal Branding como estrategia de introducción de grupos musicales”

AUTOR: Carlos Fabricio Domínguez Santana

TUTOR: Ing. Mayra Fernanda Sánchez Acosta, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Septiembre 2021



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mayra Fernanda Sánchez Acosta, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutora del trabajo de titulación “**Personal Branding como estrategia de introducción de grupos musicales** ” presentado por el señor **Carlos Fabricio Dominguez Santana** para optar por el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

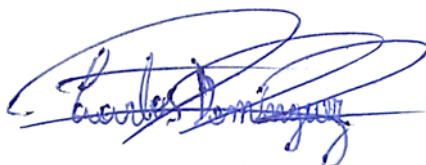
Ambato, 16 de septiembre del 2021

Ing. Mayra Fernanda Sánchez Acosta, Mg.

C.I. 180325120-4

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Carlos Fabricio Domínguez Santana**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Carlos Fabricio Domínguez Santana

C.I.180410343-8

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Dr. Juan Gabriel Saltos Cruz

C.I. 180257098-4

Dra. Alicia Giovanna Ortíz Morales, Mg.

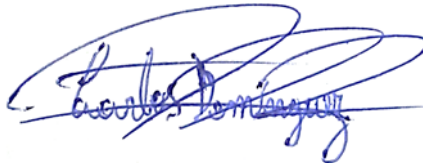
C.I. 180234024-8

Ambato, 16 de septiembre del 2021

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Carlos Fabricio Domínguez Santana

C.I.180410343-8

RESUMEN EJECUTIVO

En Ecuador, las agrupaciones musicales tienen el propósito de transmitir una determinada cultura y situaciones expresadas en tonadas y/o canciones. En la actualidad, estas agrupaciones tratan de sobresalir en la industria musical nacional con autofinanciamiento y estrategias publicitarias a su alcance. En este contexto, se desarrolló un proceso metodológico de branding personal para formular acciones estratégicas para dar a conocer la identidad de la agrupación musical.

Por tal motivo, el presente trabajo de investigación se enfocó en la realización de un análisis situacional de la industria musical nacional y de distintas agrupaciones musicales. Este análisis tiene como objetivo elaborar el proceso metodológico, para facilitar la introducción y posicionamiento de agrupaciones musicales, con el fin de crear una carrera y/o profesión sustentable y con la capacidad de crear proyectos venideros factibles.

En base al análisis de las variables del personal branding y la situación frente al target, se obtuvieron resultados principales, a través de encuestas aplicadas a 101 grupos musicales locales. Los principales hallazgos demuestran que es importante corregir aspectos relacionados con la difusión, comunicación, promoción y publicidad de los proyectos musicales (proyectos de colaboración, canciones y eventos).

Así la propuesta resultante de la investigación propone una estrategia integrada por cuatro etapas, que son: 1) análisis de la situación inicial, 2) análisis de identidad de marca, 3) definición de medios de comunicación y 4) análisis de público objetivo. En este sentido, se concluye que el Personal Branding es una estrategia esencial para construir una identidad propia de los grupos musicales nacionales.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, PERSONAL BRANDING, ESTRATEGIA, INTRODUCCIÓN, PROCESO, GRUPOS MUSICALES, AMBATO.

ABSTRACT

In Ecuador, the musical groups have the purpose of transmitting a certain culture and situations expressed in tunes and / or songs. At present, these groups try to stand out in the national music industry with self-financing and advertising strategies at their fingertips. In this context, a personal branding methodological process was developed to formulate strategic actions to publicize the identity of the musical group.

For this reason, this research work focused on conducting a situational analysis of the national music industry and different musical groups. This analysis aims to elaborate the methodological process, to facilitate the introduction and positioning of musical groups, in order to create a sustainable career and / or profession and with the ability to create feasible future projects.

Based on the analysis of the personal branding variables and the situation in front of the target, main results were obtained, through surveys applied to 101 local musical groups. The main findings show that it is important to correct aspects related to the diffusion, communication, promotion and publicity of musical projects (collaborative projects, songs and events).

The proposal resulting from the research proposes a strategy made up of four stages, which are: 1) analysis of the initial situation, 2) analysis of brand identity, 3) definition of communication media and 4) analysis of the target audience. In this sense, it is concluded that Personal Branding is an essential strategy to build an identity of national musical groups.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, PERSONAL BRANDING, STRATEGY, INTRODUCTION, PROCESS, MUSICAL GROUPS, AMBATO.

LINK DEL ARTÍCULO ACADMÉMICO

<http://45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/2022/1661>