

Universidad de Lima

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas

Carrera de Marketing



LA IMAGEN DE MARCA PERSONAL COMO INFLUENCIADOR DEL EWOM EN LA INDUSTRIA MUSICAL

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Marketing.

Leonardo Martin Hidalgo Morales

Código 20153007

Asesora

Patricia Mercedes Rodríguez Román

Lima – Perú

Marzo del 2025



**THE PERSONAL BRAND IMAGE
AS AN INFLUENCER OF EWOM IN
THE MUSIC INDUSTRY**

RESUMEN

La presente tesis investiga cómo la imagen de marca personal impacta en el Electronic Word of Mouth (EWOM por sus siglas en inglés) en la industria musical peruana. Centrándose en la evolución de la comunicación en la era digital, el estudio evalúa la relevancia de la imagen de marca personal en el marketing artístico. En un contexto donde la digitalización ha revolucionado la comunicación informal, se examina la importancia de una estrategia de marca personal efectiva para artistas y bandas, especialmente en el Perú, donde este enfoque de marketing aún está en desarrollo.

Los resultados indican que una imagen de marca personal bien desarrollada influye significativamente en el EWOM. Esta influencia se manifiesta en la forma en que los artistas y bandas son percibidos y discutidos en plataformas digitales, evidenciando una relación directa entre la imagen de marca personal y el éxito en la comunicación boca a boca electrónica. Este hallazgo subraya la importancia de la gestión de la marca personal para alinear la identidad del artista con las tendencias y preferencias de la audiencia objetivo.

Además, se destaca que una estrategia de comunicación efectiva en EWOM permite a los artistas adaptar su imagen a las expectativas de la comunidad, lo que es crucial en un entorno donde la audiencia juega un rol activo en la crítica y valoración de la imagen artística. En conclusión, la gestión adecuada de la marca personal y su integración en estrategias de comunicación digital son fundamentales para el crecimiento y desarrollo de artistas y bandas en la industria musical contemporánea.

Línea de investigación: 5300 - 1. b1

Palabras clave: imagen de marca personal, EWOM, industria musical, marca personal, recomendación boca a boca.

ABSTRACT

This thesis investigates the impact of personal brand image on Electronic Word of Mouth (EWOM, by its acronym) in the Peruvian Music Industry. Focusing on the evolution of communication in the digital age, this study evaluates the significance of personal brand image in artistic marketing. In a context where digitalization has transformed informal communication, it examines the importance of an effective personal branding strategy for artists and bands, particularly in Peru, where this marketing approach is still emerging.

The results indicate that a well-developed personal brand image significantly influences EWOM. This impact is evident in how artists and bands are perceived and discussed on digital platforms, demonstrating a direct relationship between personal brand image and success in electronic word-of-mouth communication. These findings highlight the importance of managing a personal brand to align the artist's identity with the trends and preferences of the target audience.

Furthermore, an effective EWOM communication strategy enables artists to adapt their image to community expectations, which is crucial in an environment where audiences actively engage in evaluating and shaping artistic perception. In conclusion, proper management of personal branding and its integration into digital communication strategies are essential for the growth and development of artists and bands in today's Music Industry.

Line of research: 5300 - 1. b1

Keywords: personal brand image, EWOM, Music Industry, personal brand, word of mouth recommendation.

Leonardo Martín HIDALGO MORALES

LA IMAGEN DE MARCA PERSONAL COMO INFLUENCIADOR DEL EWOM EN LA INDUSTRIA MUSICAL

-  Tesis 2024 - Alumnos Varios
-  Licenciatura 2024
-  Universidad de Lima

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid::1:3234623798

Fecha de entrega
30 abr 2025, 10:14 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
30 abr 2025, 10:21 a.m. GMT-5

Nombre de archivo
A1-TESIS_20153007_SUSTENTACION.docx

Tamaño de archivo
387.0 KB

83 Páginas

16.891 Palabras

92.985 Caracteres

7% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.



Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text
- ▶ Cited Text
- ▶ Small Matches (less than 12 words)

Exclusions

- ▶ 18 Excluded Matches

Top Sources

- 5%  Internet sources
- 1%  Publications
- 5%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 5% Internet sources
- 1% Publications
- 5% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	upc.aws.openrepository.com	<1%
2	Internet	www.academia.edu	<1%
3	Student papers	Universidad Politecnica Salesiana del Ecuador	<1%
4	Internet	repositorio.upla.edu.pe	<1%
5	Internet	www.coursehero.com	<1%
6	Student papers	Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados	<1%
7	Internet	www.researchgate.net	<1%
8	Student papers	uncedu	<1%
9	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	<1%
10	Internet	de.slideshare.net	<1%
11	Student papers	Universidad de Lima	<1%

12	Internet	www.businessperspectives.org	<1%
13	Internet	www.scielo.sa.cr	<1%
14	Internet	www.slideshare.net	<1%
15	Student papers	Universidad Privada San Juan Bautista	<1%
16	Student papers	Institución Tecnológica Metropolitana de Medellín	<1%
17	Internet	bdigital.unal.edu.co	<1%
18	Student papers	National University College - Online	<1%
19	Internet	repositorio.udh.edu.pe	<1%
20	Internet	1library.co	<1%
21	Internet	repositorio.up.edu.pe	<1%
22	Student papers	Universidad Ricardo Palma	<1%
23	Student papers	Universidad San Marcos	<1%
24	Internet	livros01.livrosgratis.com.br	<1%
25	Student papers	Universidad de Monterrey	<1%

26	Internet	repositorio.cinvestav.mx	<1%
27	Internet	repositorio.ulamericas.edu.pe	<1%
28	Internet	repositorio.unjpsc.edu.pe	<1%
29	Internet	repositorioacademico.upc.edu.pe	<1%
30	Publication	Nohora Nubia Mercado Caruso. "Determinantes de eco-innovación en clústers in...	<1%
31	Internet	docplayer.es	<1%
32	Internet	repositorio.upecen.edu.pe	<1%
33	Internet	repositorio.upn.edu.pe	<1%
34	Internet	tesis.pucp.edu.pe	<1%
35	Student papers	usach	<1%
36	Student papers		<1%
37	Student papers	ESIC Business & Marketing School	<1%
38	Publication	Hanny Hafiar, Priyo Subekti, Ari Agung Prastowo, Kholidil Amin et al. "Interconne...	<1%
39	Student papers	Institucion Universitaria Politecnico Grancolombiano	<1%

40	Publication	M.D. Maldonado, V. Abud, M.T. García. "Adaptación transcultural de la escala «sis...	<1%
41	Student papers	Middlesex University	<1%
42	Student papers	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	<1%
43	Internet	repositorio.usmp.edu.pe	<1%
44	Internet	www.unesur.edu.ve	<1%