



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
Facultad De Ciencias Jurídicas, Sociales y de la
Educación
Comunicación (Rediseñada)



PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN

TEMA:

PERCEPCIONES Y HÁBITOS DE LOS USUARIOS DE SPOTIFY.
ANÁLISIS DE AUDIENCIA EN BABAHOYO

AUTORES:

JOSÉ LUIS GARCÍA RONQUILLO

JHOAN ALEXANDER JOZA CAIÑO

TUTOR:

MSc. VICTORIA SALAMEA LIMONES

BABAHOYO

2024

DEDICATORIA

Les queremos dedicar este proyecto primero que todo a Dios por darnos la sabiduría y paciencias, y a nuestros padres que fueron los que nos estuvieron apoyando cada día tanto en lo emocional como en lo económico, Les dedicamos este grandioso esfuerzo que nos han llevado a la superación y que será un paso para para nuestra vida.

AGRADECIMIENTO

Les queremos dedicar también a Dios y nuestros padres ya que son nuestros pilares de nuestra vida, han sido una fuente de fuerza y motivación en cada paso de nuestra Educación

Yo Alexander Caiño quiero darle gracias a mi esposa Sandy Vega por haberme apoyado y ser esa ayuda idónea en mi vida y así mismo yo José García quiero darle las gracias a la señorita Kimberly Avilez por apoyarme desde que llego a mi vida y ser ese ejemplo a seguir en tanto en lo personal y en lo estudiantil.

AUTORIZACIÓN DE AUTORÍA INTELECTUAL

Nosotros, **García Ronquillo José Luis** portador de la cedula de Ciudadanía #1207956366 y **Joza Caiño Jhoan Alexander** portadora de la cedula de Ciudadanía #1205414590, estudiantes de las tutorías del Informe Final, previo a la Obtención del Título de Licenciado en Comunicación, declaramos, que nosotros autores del informe final del proyecto de investigación, el mismo que es original autentico y personal, con el tema:

PERCEPCIONES Y HÁBITOS DE LOS USUARIOS DE SPOTIFY. ANÁLISIS DE AUDIENCIA EN BABAHOYO

La Universidad Técnica de Babahoyo, Puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por normatividad Institucional vigente.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
AUTORIZACIÓN DE AUTORÍA INTELECTUAL.....	IV
ÍNDICE GENERAL	V
ÍNDICE DE TABLAS	VII
ÍNDICE DE FIGURAS	VIII
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
CAPÍTULO I. – INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Contextualización de la situación problemática	2
1.1.1. Contexto Internacional.	2
1.1.2. Contexto Nacional.....	3
1.1.3. Contexto Local.....	3
1.2. Planteamiento del Problema	3
1.3. Justificación.....	4
1.4. Objetivos de la Investigación	5
1.4.1. Objetivo General	5
1.4.2. Objetivos Específicos.....	5
1.5. Hipótesis de investigación	5
CAPITULO II.-MARCO TEÓRICO	6
2.1. Antecedentes	6
2.2. Bases Teóricas.....	9
CAPITULO III.-METODOLOGÍA.....	22
3.1. Tipo y diseño de investigación	22
3.2. Operacionalización de variables	23
3.3. Población y muestra de investigación.	25
3.3.1. Población.....	25
3.3.2. Muestra.....	25
3.4. Técnicas e instrumentos de medición	26
3.4.1. Técnicas.....	26
3.4.2. Instrumentos.....	26
3.5. Procesamiento de datos	26

3.6. Aspectos éticos	27
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	28
4.1. Resultados.....	28
4.2. Discusión	41
CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	43
5.1. Conclusiones	43
5.2 Recomendaciones.....	44
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
ANEXOS	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Precio del servicio en Ecuador</i>	13
Tabla 2. <i>Género</i>	28
Tabla 3. <i>Rango de edad</i>	29
Tabla 4. <i>Uso de plataforma Spotify</i>	30
Tabla 5. <i>Género musical preferido</i>	31
Tabla 6. <i>Actividades cotidianas en que los usuarios escuchan música</i>	32
Tabla 7. <i>Tipo de cuenta Spotify</i>	33
Tabla 8. <i>Frecuencia de cambio del tipo de suscripción</i>	34
Tabla 9. <i>Utilidad de las funciones de la plataforma Spotify</i>	35
Tabla 10. <i>Relación calidad – precios de los servicios de Spotify</i>	36
Tabla 11. <i>Percepción de diseño y estética de Spotify</i>	37
Tabla 12. <i>Percepciones de facilidades para la búsqueda en Spotify</i>	38
Tabla 13. <i>Frecuencia de uso de plataforma Spotify</i>	39
Tabla 14. <i>Tiempo de uso habitual de la plataforma Spotify</i>	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Género</i>	28
Figura 2. <i>Rango de edad</i>	29
Figura 3. <i>Uso de plataforma Spotify</i>	30
Figura 4. <i>Género musical preferido</i>	31
Figura 5. <i>Actividades cotidianas en que los usuarios escuchan música</i>	32
Figura 6. <i>Tipo de cuenta Spotify</i>	33
Figura 7. <i>Tipo de cuenta Spotify</i>	34
Figura 8. <i>Utilidad de las funciones de la plataforma Spotify</i>	35
Figura 9. <i>Relación calidad – precios de los servicios de Spotify</i>	36
Figura 10. <i>Percepción de diseño y estética de Spotify</i>	37
Figura 11. <i>Percepciones de facilidades para la búsqueda en Spotify</i>	38
Figura 12. <i>Frecuencia de uso de plataforma Spotify</i>	39
Figura 13. <i>Tiempo de uso habitual de la plataforma Spotify</i>	40

RESUMEN

Las plataformas digitales se han constituido en una poderosa herramienta empleada por las empresas para dar a conocer sus productos y servicios muy fácilmente, asimismo construir canales de comunicación y una comunidad en línea comprometida. Entre las plataformas de entretenimiento musical más utilizadas en la actualidad se encuentra Spotify, la cual posee diversas utilidades para satisfacer a los usuarios. La presente investigación tiene como objetivo principal analizar las percepciones y hábitos de los usuarios de Spotify para medir el rango de audiencia en las diferentes edades en Babahoyo, para lo cual se utilizaron dos tipos de investigación: descriptiva y de campo. Mientras que, los métodos que se implementaron son hipotético- deductivo y analítico sintético. La población está conformada por los habitantes de la ciudad de Babahoyo que se encuentran en un rango de edad entre 13 y 65 años, la muestra seleccionada fue de 382 personas. Las técnicas utilizadas son una encuesta dirigida a los usuarios de Spotify de Babahoyo con propósito de conocer las percepciones y los hábitos que tienen con respecto al uso de la aplicación antes mencionada, para lo cual se usó como instrumento un cuestionario de encuesta con 13 interrogantes relacionadas al estudio. Los resultados evidencian que los usuarios tienen una percepción positiva de la plataforma y se concluye que los hábitos de los suscriptores son escuchar música todos los días en períodos superiores a una hora y de preferencia mientras viajan.

Palabras clave: Audiencia, Plataformas digitales, Spotify, Percepción, Usuarios

ABSTRACT

Digital platforms have become a powerful tool used by companies to publicize their products and services very easily, as well as to build communication channels and an engaged online community. Among the most used music entertainment platforms today is Spotify, which has several utilities to satisfy users. The present research has as main objective to analyze the perceptions and habits of Spotify users to measure the range of audience in different ages in Babahoyo, for which two types of research were used: descriptive and field. While, the methods that were implemented are hypothetical-deductive and synthetic analytical. The population is made up of the inhabitants of the city of Babahoyo who are in an age range between 13 and 65 years, the selected sample was 382 people. The techniques used are a survey directed to Spotify users of Babahoyo with the purpose of knowing the perceptions and habits they have regarding the use of the aforementioned application, for which a survey questionnaire with 13 questions related to the study was used as an instrument. The results show that users have a positive perception of the platform and it is concluded that subscribers' habits are to listen to music every day for periods longer than an hour and preferably while traveling.

Keywords: Audience, Digital platforms, Spotify, Perception, Users.

CAPÍTULO I. – INTRODUCCIÓN

La plataforma Spotify es un servicio de streaming de música, la cual ha tenido un desarrollo exponencial en los últimos años, contiene una amplia biblioteca de canciones con diversos artistas a nivel global. Con el auge de las redes sociales en el mundo contemporáneo, se ha convertido en una aplicación muy utilizada por las personas amantes de la música, las cuales disfrutan de sus múltiples beneficios y funciones, misma que se destaca por la forma práctica de ofrecer sus múltiples servicios.

En el presente estudio se aborda el análisis de la audiencia que tiene la mencionada plataforma en la ciudad de Babahoyo, donde la intención es conocer las características principales tales como: genero, edad, sus gustos musicales en cuanto a géneros preferidos, tipos de suscripciones y demás aspectos relevantes. También se incluye las variables percepciones y hábitos de los usuarios, donde lo que se busca identificar es su opinión respecto a los diversos aspectos que atañen a la plataforma Spotify, para obtener una perspectiva general de la aceptación que esta tiene en los suscriptores de la ciudad de Babahoyo.

El proyecto de investigación está compuesto por cinco capítulos: el primero corresponde a la introducción, la cual contiene la contextualización problemática, justificación, objetivos e hipótesis; en el segundo capítulo se encuentran los antecedentes del tema que se aborda en el presente estudio, además de la teoría en la cual se sustentan las variables investigadas. En el tercer capítulo se detalla la metodología de investigación aplicada a este proyecto, que es el medio para lograr los objetivos propuestos; en este punto se incluye la operacionalización de las variables con sus respectivas dimensiones e indicadores, lo cual facilita la elaboración de los resultados que se encuentran en el capítulo cuatro. La investigación termina con el capítulo cinco, el cual contiene las conclusiones y recomendaciones del estudio.

1.1. Contextualización de la situación problemática

1.1.1. Contexto Internacional.

A nivel mundial las plataformas digitales se han constituido en una poderosa herramienta empleada por las empresas para dar a conocer sus productos y servicios muy fácilmente, asimismo construir canales de comunicación y una comunidad en línea comprometida.

En los últimos años los sitios web de streaming tales como Spotify y Apple Music, entre otras; han ganado una gran popularidad en virtud de que ofrecen una variedad de contenidos de diversión, transformando significativamente la industria de entretenimiento digital. (Garay, 2022, pág. 41)

Por otro lado, Bautista (2024) indica que en 2023, la comunidad de personas en Spotify crecieron un 23% en comparación al año pasado (602 millones) a nivel global, de este total, 236 son suscriptores Premium y el 22% de la audiencia proviene de Latinoamérica.

Uno de los servicios de streaming más utilizado es Spotify, el cual se ha convertido en una de las plataformas de música más populares del mundo. La misma es reconocida por la diversidad de beneficios que ofrece al mercado consumidor, artistas o dueños de derechos, que, a partir del surgimiento de estos sitios web, volvieron a generar ingresos por la reproducción de sus obras. (Umaschi, 2019)

Es así que, a pesar de que el medio virtual es ampliamente usado y efectúa acciones para proveer una buena experiencia, existen aspectos que generan insatisfacción por inconvenientes durante el uso del servicio, como restricciones, publicidad descomunal, entre otros; asimismo, los consumidores expresan falencias con respecto a las recomendaciones que ofrece sobre los contenidos.

1.1.2. Contexto Nacional

En Ecuador, la plataforma Spotify posee una gran aceptación debido a su practicidad y variedad de contenido en cualquier momento y lugar, revolucionando la forma en la que se escucha música (Diario Infobae, 2024). No obstante, a pesar de que la plataforma conoce el comportamiento y preferencias de los usuarios, hay escenarios en que su experiencia no ha sido del todo óptima, puesto que el catálogo de contenido sugerido o disponible no es lo suficientemente diverso o relacionado a gustos musicales. (Angulo, 2022)

1.1.3. Contexto Local

En la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos existe una gran cantidad de usuarios de la plataforma de entretenimiento musical Spotify. Sin embargo, se precisa que son varias las características o aspectos que condicionan la percepción sobre la calidad de sus servicios, algunas de ellas son: facilidad de uso, diversidad de contenido adaptado a sus gustos y publicidad.

Gran parte de la audiencia posee una percepción positiva sobre el servicio de la plataforma, ya que a pesar de solo contar con una versión gratuita poseen óptima calidad, buen catálogo y funciona bien. No obstante, existen opiniones negativas de aquellos usuarios que no cuentan con un plan Premium, quienes muestran inconformidad por publicidad e incomodidad en cuanto a los precios de los planes, situaciones que generan insatisfacción y a la búsqueda de alternativas. (Avilés, 2024) (Avilés, 2024, págs. 24-25)

1.2. Planteamiento del Problema

¿Cuáles son las percepciones y hábitos de los usuarios de Spotify, análisis de audiencia en Babahoyo?

1.3. Justificación

El estudio es muy importante debido al crecimiento y diversificación que ha tenido las plataformas de entretenimiento musical en los últimos años, razón por la cual es necesario conocer las percepciones del mercado consumidor para que las empresas y propietarios de estos servicios obtengan información valiosa, que les ayude a tomar decisiones pertinentes y así mejorar la experiencia de los usuarios, crear contenido relevante y atractivo para la audiencia, logrando así su satisfacción.

Por otro lado, la investigación es trascendental porque al conocer la opinión y hábitos de los usuarios acerca de Spotify, es posible obtener datos valiosos de como la plataforma se diferencia de sus competidores, distinguir áreas de mejora y fortalecer aspectos que promuevan percepciones adecuadas por parte de la comunidad digital. De igual manera, comprender las preferencias de la audiencia puede ayudar a las empresas a tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias que ayuden a fidelizar a las personas. El estudio es factible porque se tiene acceso a la información para conceptualizar las variables la cual será obtenida mediante la revisión de diversas fuentes como tesis, revistas, artículos científicos, entre otros. Así mismo se posee acceso a las unidades de análisis quienes mediante una encuesta facilitarán datos valiosos para comprender el fenómeno estudiado.

Entre los aportes que tendrá la investigación se encuentra que proporcionará información clave para conocer el comportamiento y preferencias de los usuarios, aspecto esencial para que los administradores de la plataforma puedan realizar mejoras en la misma y optimizar la experiencia del usuario, ofreciendo catálogos musicales adaptados a sus gustos mejorar sus recomendaciones y ofrecer contenido más personalizado.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

Analizar las percepciones y hábitos de los usuarios de Spotify para medir el rango de audiencia en las diferentes edades en Babahoyo.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar los principales aspectos o características de la audiencia de Spotify, Babahoyo.
- Determinar las percepciones de los usuarios de Spotify en la ciudad de Babahoyo.
- Conocer los principales hábitos de los usuarios de Spotify en la ciudad de Babahoyo.

1.5. Hipótesis de investigación

En el análisis de la percepción y hábitos de los usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo, la mayoría serían jóvenes entre 20 y 30 años.

CAPITULO II.-MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Una investigación realizada por Lenis y Olave (2020) sobre el análisis del consumo de Spotify en estudiantes de 9 a 11 grado del Colegio Católico de la ciudad de Cali, menciona lo siguiente:

El objetivo del estudio era identificar los hábitos de consumo de Spotify en los alumnos del Colegio Católico. La metodológica empleada estuvo conformada por un enfoque mixto, tipo de investigación básica y descriptiva, así como por la técnica de encuesta con su respectivo instrumento, el cual fue dirigido a 74 participantes de entre 15 a 20 años de edad. Los resultados determinaron que, más de la cuarta parte de educandos utilizan el servicio de música todos los días y solo un porcentaje minoritario lo usan de una a dos veces por semana o al mes. Los estudiantes que consumen Spotify lo hacen mayormente en horarios de 2 a 8 pm y entre las 4 a 6 de la tarde. Finalmente, el 47% de alumnos posee un tipo de cuenta gratis y Premium respectivamente. (pp. 76-79)

Pedrero, Barrios y Medina (2019) en su artículo de investigación sobre adolescentes, smartphones y consumo de música en Spotify, expresa lo siguiente:

El propósito del estudio era determinar los hábitos de consumo de los jóvenes con respecto al servicio de música digital. Para ello aplicaron una metodología cuantitativa de carácter descriptivo y la técnica de encuesta, empleada a 1004 alumnos de 13 a 19 años de tres países (Colombia, México y España) que cursaban Educación Secundaria. El proceso investigativo evidencio que, el contenido musical es más demandado desde el celular en la mayoría de educandos, casi una cuarta parte de alumnos escuchan música una o varias veces por semana, mientras que un porcentaje pequeño disfruta las canciones una vez al mes y otro no oye música nunca. (pp-106-107)

Rivera (2020) en su estudio sobre los consumos streaming de música (Spotify) en los jóvenes de la Zona Metropolitana de Querétaro-México, tuvo con finalidad conocer las prácticas de consumo y percepción del servicio de música digital. La investigación empleó un enfoque mixto debido a que implementó técnicas cuantitativas y cualitativas por medio de encuesta, grupos de discusión y datos visuales. Los instrumentos fueron aplicados a 929 personas entre edades de 15 y 29 años.

Los resultados de la investigación fueron que: la mayoría de participantes prefieren el consumo de música a través del celular por su ágil gestión en cualquier momento y lugar, al igual que la computadora. Además, la modalidad más consumida por los jóvenes son las playlist seguidas de las canciones y los artistas; la percepción de gran parte de encuestados es positiva porque están conformes con los contenidos que ofrece Spotify y brinda la posibilidad de organizarlos en base a los gustos y prácticas personales. (Rivera, 2020)

Otra investigación efectuada en Bogotá por Ariza (2021) relacionada a los hábitos del consumidor de música digital en Spotify, menciona lo siguiente:

Uno de los objetivos del estudio consistió en identificar los hábitos de consumo de música en los jóvenes bogotanos de entre 25-34 años de edad. Para ello, se utilizó un enfoque mixto, investigación descriptiva-exploratoria, así como las técnicas de entrevista y encuesta, las cuales fueron aplicadas a una muestra de 385 personas. Los resultados identificados son: la frecuencia de consumo musical en la mayoría de los encuestados oscila entre 30 minutos a 1 hora y de 2 a 4 horas al día; casi la mitad de participantes escuchan música por la mañana seguida de la tarde y noche con porcentajes inferiores. Asimismo, el estudio determinó que gran parte de las personas oyen canciones en cuatro momentos: mientras caminan, como estilo de vida, al hacer deporte y en el trabajo. Además, casi la totalidad de los participantes indicaron estar muy satisfechos con los servicios y funciones que brinda Spotify. (pp-77-83)

Por otro lado, Beltrán (2021) en una investigación sobre usos y gratificaciones de los estudiantes de la Universidad del Azuay-Ecuador al usar Spotify, tuvo como propósito de exponer la tendencia de consumo musical y los usos realizados por los alumnos al usar la plataforma de servicio de música. La metodología empleada consistió en un enfoque cuantitativo y diseño no experimental en virtud que se hizo el uso de la técnica de encuesta por medio de Google Forms, a 360 alumnos de pregrado matriculados durante el período marzo-julio 2020.

Los resultados fueron: más de la mitad de encuestados (65%) escuchan música todo el día, mientras que un porcentaje minoritario en la tarde, noche y mañana. Además, el promedio de horas que los educandos oyen canciones es de 3 a 4 horas diarias. Asimismo, aproximadamente el 90% de alumnos consumen música a través de celulares, seguido de laptops. Además, los usuarios utilizan la plataforma por diferentes razones: manejar su estado de ánimo, recordar, divertirse, motivación, interacción social, usabilidad, flexibilidad, utilidad funcional, diversidad en la reproducción y descubrimiento. (Beltrán, 2021)

Cabe manifestar que, durante el proceso investigativo no se identificaron trabajos previos a nivel nacional con las mismas variables de análisis, ni similares que sirvan para sustentar la presente investigación. Sin embargo, se logró localizar una tesis realizada en Cuenca con un tema diferente al estudiado, pero que dentro de sus objetivos evalúa las tendencias de consumo musical en los estudiantes universitarios, por lo tanto, de cierta manera se pudo respaldar la variable hábitos de los usuarios de Spotify.

2.2. Bases Teóricas

Percepción y hábitos de los usuarios de Spotify

Percepción

La percepción es la capacidad que tienen las personas para recibir, interpretar, entender señales o mensajes que se originan del exterior. Es decir que se trata de una imagen mental creada a partir de la experiencia. Es de carácter subjetivo ya que las reacciones de un mismo estímulo cambian de una persona a otra; así mismo es temporal, ya que es un suceso a corto plazo, esta va evolucionado a través de la experiencia del individuo. Posee dos componentes que son: las sensaciones que pueden ser estímulo u órgano sensorial y los inpusst internos que provienen del sujeto. (Salcedo, López, Fuentes , & Salcedo, 2022)

Hábitos

Núñez (2022) define como hábitos a aquellos patrones de comportamiento que posee una persona y que va desarrollando con el paso de los años, los cuales se efectúan de forma mecánica. Es decir que, conductas que el ser humano asume como propias en su vida diaria e impacta positivamente en el contexto físico, social y mental. Por lo tanto, se puede decir que un hábito es una acción que se repite regularmente de manera automática.

Percepción y hábitos de los usuarios

La percepción y hábitos de los usuarios son componentes muy importantes a la hora de vender un producto o servicio, puesto ambos brindan una visión global de como los clientes/usuarios interactúan con las marcas y productos. Cuando una compañía entiende los dos elementos es capaz de diseñar técnicas eficientes y optimizar la experiencia de los seguidores, lo cual es crucial para fomentar la lealtad o satisfacción de los clientes y mejorar la imagen de la organización. (González, 2021)

Spotify

Spotify es una plataforma de entretenimiento musical que nació el año 2006 en Estocolmo, Suecia, diseñada por Daniel Ek y Martin Lorentzon, debido a las dificultades que la industria musical enfrentaba con relación a la piratería, quienes consideraron que la única solución posible para dicho problema era crear un servicio que fuera mejor y que al mismo tiempo compense a la industria de la música. Su lanzamiento oficial fue 7 de octubre de 2008 y se concibió como una aplicación para escuchar música online por ordenador (Bastero, 2024)

La plataforma fue creciendo poco a poco, ya para el año 2011 contaba con 10 millones de usuarios en Europa decidió desembarcar en Estados Unidos; puesto que, en sus inicios solo estaba disponible para algunos países europeos como Suecia, Finlandia, Noruega, Francia, Reino Unido y España. Actualmente es considerada la empresa líder de música en streaming a nivel mundial, con presencia en 79 países y con más de 602 millones de usuarios activos mensuales y 236 millones de usuarios de pago. (Bastero, 2024)

Utilidades de Spotify

Spotify posee diversas utilidades tanto para los usuarios de la plataforma como para los artistas, entre las utilidades para suscriptores se pueden mencionar: Para los clientes con cuenta gratuita, poseen acceso a infinidad de contenido musical, de diversos géneros, con éxitos musicales a la vanguardia y de las mejores épocas, solo con un requisito, contar con acceso a internet y un teléfono celular. También les permite crear y personalizar listas de reproducciones, tener una experiencia de música personalizada. (Rincón & Puyo, 2021)

Para los usuarios de cuentas Premium una de las utilidades es que pueden escuchar y descargar música sin conexión a internet, así mismo hacer uso de la plataforma sin la presencia de anuncios, situación que no ocurre para los de cuenta gratuita, audio con mayor calidad, acceso a una variedad de podcast relacionados a noticias, entretenimiento y otros aspectos. En

cuanto a los artistas, la plataforma es una excelente herramienta para que su música pueda llegar a un público más amplio, así mismo generar ingresos por la cantidad de reproducciones de sus canciones (monetización), promocionar y conocer el rendimiento de sus canciones y comportamiento de la audiencia. (Rincón & Puyo, 2021)

Características de Spotify

La plataforma de streaming Spotify ha logrado un posicionamiento líder a nivel mundial en la actualidad, esto debido a sus características: es de fácil acceso a cualquier usuario, no impone sugerencias a los consumidores, brinda listas de reproducciones basadas en algoritmos en función de gustos y preferencias. De igual manera, tiene y usa la analítica software The Echo Nest para clasificar músicas para proveer a los usuarios recomendaciones. (Anbuhl, 2018)

Asimismo, otras de las características de Spotify son: genera un perfil de gusto dinámico con sensibilidad al contexto y opera con dos servicios el gratuito y pagado. Además, la versión gratis presenta anuncios y es de control limitado, mientras que la Premium ofrece una experiencia auditiva satisfactoria porque no incluye publicidad, la escucha puede ser sin conexión y tiene calidad de audio alta. (Anbuhl, 2018)

Suscripción a Spotify

La plataforma Spotify ofrece dos tipos de servicio, el gratuito básico con publicidad y el Premium con mejor calidad de audio, sin publicidad que tiene un costo aceptable. Para suscribirse a los mismos es necesario lo siguiente:

- Lo primero a realizar es abrir el navegador desde el celular o computadora para acceder al sitio web de Spotify.

- Una vez que se haya ingresado se requiere de la creación de una cuenta, esta se puede crear haciendo uso del correo electrónico, cuenta de Facebook, Google o Apple, se acepta los términos y condiciones y se crea la misma.
- Una vez realizado el registro se elige el plan de suscripción, ya que Spotify ofrece varios tipos de suscripciones, entre ellas se encuentra la Free (gratuita) y Premium que posee varios paquetes (Individual, dúo, familiar, estudiantes)
- Una vez seleccionado el tipo de cuenta que desea, en el caso de que esta sea Premium, se procede a seleccionar las modalidades de pago, de acuerdo a las necesidades y presupuesto del usuario.
- Se confirma la suscripción y se procede a descargar la aplicación e inicia sesión en la misma y ya se puede comenzar a explorar y disfrutar de la música, crear listas de reproducción, entre otros beneficios. (Ridge, 2023)

Tipos de cuentas

Los usuarios de la plataforma de entretenimiento musical Spotify pueden suscribirse a dos tipos de cuenta, la gratuita que es donde los usuarios pueden acceder a determinado contenido musical y contar con millones de canciones a su disposición sin tener que efectuar ningún tipo de pago; no obstante, la reproducción de música es con anuncios. Mientras que, en la denominada Cuenta Premium los suscriptores tienen la posibilidad de contar con otro tipo de servicios como escuchar música sin interrupciones de anuncios, descargar música para escuchar sin conexión, calidad de audio mejorada y otras ventajas. (Ridge, 2023)

Precio del servicio

Tabla 1.

Precio del servicio en Ecuador

Planes	Precio
Premium Individual	\$ 6,49 mensual
Premium Estudiante	\$3,49 mensual
Premium DUO	\$7,99 mensual
Premium Familiar	\$ 9,99 mensual

Elaborado por. *José García y Jhoan Joza*

Interfaz de Spotify

Según Bon (2018) en su argumento revela que la interfaz de Spotify está conformada de la siguiente manera:

En la parte inferior posee el menú en el que se reproduce, salta o repite la canción, también se puede visualizar las músicas que continúan de la lista de reproducción. En el encabezado o parte superior de la interfaz tiene la opción de búsqueda que se usa para localizar canciones, álbumes o artistas. En la sección de perfil, el usuario puede activar el modo de escucha privada, acceder a la configuración de cuenta y cerrar sesión. En la versión gratis, el encabezado incluye un botón que permite ir a la página de inicio donde las personas pueden actualizar a la versión Premium. El menú del lado izquierdo tiene cuatro secciones, que son inicio, buscar, playlist y Premium. (párrs.1-4)

Experiencia de los usuarios de Spotify

De acuerdo a Suppich (2021) la experiencia de los usuarios de Spotify no es buena, por los siguientes motivos.

Los consumidores de la versión libre poseen una percepción negativa de la plataforma por la manera en que gestiona la misma, esto debido a que limita la elección de temas

puesto que solo permite oír canciones sugeridas para continuar escogiendo músicas. Además, Spotify no facilita que la playlist se reproduzca de manera continua y solo da la alternativa de saltar hasta cinco temas e incluye publicidades durante la escucha de canciones, que solo al verlas permite seguir la reproducción. Estos aspectos generan de cierta forma insatisfacción en los usuarios, al no cumplir con sus expectativas de consumo musical. (p.7)

La experiencia del usuario es fundamental para el crecimiento de una empresa y para conocer los gustos; estos aspectos proporcionan un panorama claro como negocio, que ayudara a ofrecer cosas nuevas o mejorar aspectos para satisfacer las necesidades del consumidor musical. (Drew, Consultoría de Negocios Globales, 2022)

Por otro lado, Lotito (2023) menciona que existen usuarios que tienen una percepción positiva de Spotify debido a los servicios que ofrece y al diseño sencillo/personalizado que brinda como son: amplio catálogo de música, podcast, acceso fácil a los consumidores de todas las edades, menús y opciones claras, funciones de búsqueda eficaces, recomendaciones individualizadas de canciones y albanes según las preferencias, diseño moderno y llamativo, continuidad del servicio de música en distintos dispositivos, facilidad de descargas sin conexión y calidad de sonido.

Hábitos de los usuarios de Spotify

Los hábitos consisten en los comportamientos que una persona tiene de manera continua en la ejecución de alguna actividad. Es así que, Peña (2022) en su investigación indica que:

Los usuarios de la plataforma de streaming Spotify adoptan conductas específicas al momento de consumir música, algunos destinan horas al oír canciones, mientras que otros crean listas de reproducciones según sus gustos y preferencias. Asimismo, otra

práctica a la hora de escuchar canciones por parte de las personas es saltarse las canciones, este es un acto frecuente actualmente. (p.5)

En la misma línea, la plataforma de Spotify ha determinado ciertos hábitos que los usuarios tienen al consumir música, entre ellos se encuentran; personas que oyen canciones emocionales por las noches o que saltan de un artista a otro rápidamente, además otra práctica es la creación de listas de reproducciones personalizadas y tituladas con palabras específicas o relacionada a una película, por ejemplo, el Imperio Romano. (Hoover, 2023)

Por otra parte, Spotify (2024) menciona que las personas que hacen uso de la plataforma streaming poseen hábitos marcados que pueden durar días; es decir, los consumidores pueden oír la misma canción repetidamente durante semanas paulatinas, u escuchar playlist con melodías del recuerdo que les provoca nostalgia. De igual manera, Granda (2022) indica que hay usuarios que consumen las melodías que primero le aparecen, repiten músicas varias ocasiones, exploran géneros o cantantes distintos, así como los que solo se centran en los artistas favoritos. Los comportamientos descritos al ser repetitivos, se convierte en aspectos esenciales de análisis para la empresa, puesto que les brinda información suficiente para mejorar los servicios y funciones.

Impacto de Spotify en los hábitos de los usuarios

Spotify con el paso del tiempo ha generado una necesidad en las personas, a tal punto que ingresan a la plataforma de streaming todos los días, esto se debe a los servicios que ofrece, diseño y funciones de fácil manejo.

Por lo tanto, dicha situación ha tenido un impacto importante en los hábitos de los usuarios porque actualmente pueden encontrar música que desconocían o escuchar las nuevas tendencias, a través de las listas de reproducción o recomendaciones. Asimismo, la mayoría de consumidores han adoptado la práctica de pasar horas activos y en

diferentes momentos del día, para mantenerse entretenidos o liderar con estados de ánimos negativos. También, el estar suscripto a la plataforma ha hecho que las personas compartan las playlist o canciones entre amigos por medio de las redes sociales. (Mejía, 2021, pp. p26-29)

Aspectos que inciden en la percepción de los usuarios

La plataforma Spotify tiene elementos o funciones que satisfacen las necesidades de los usuarios en cuanto al consumo de música, pero también posee aspectos negativos que inciden en la percepción de las personas, como la inclusión de publicidad durante la reproducción de canciones. Esta situación ocurre principalmente en la versión libre, por lo tanto, los consumidores se sienten insatisfechos al tener que ver o saltar la publicidad de manera frecuente para poder continuar escuchando melodías. (Suppicich, 2021)

Para García (2021) los usuarios de Spotify no tienen una percepción buena de los servicios que ofrece o requerimientos que solicita la plataforma, entre ellos se encuentran: el precio siendo el aspecto que menos satisfacen a los consumidores, seguido del catálogo inconcluso de canciones, demoras cuando se desea incorporar nueva música y el servicio poco intuitivo al momento de utilizarlo.

Elementos que valoran los usuarios de Spotify

Actualmente Spotify es un servicio de música que lidera a nivel mundial por todo lo que ofrece y hace que los consumidores se sientan satisfechos, a tal punto que cada año se suscriben más personas en las dos modalidades (versión libre y Premium).

Los aspectos que más valoran los usuarios de este servicio de música se basa en el precio, catálogo de canciones y ofertas especiales con respecto al valor de suscripción (planes familiares, estudiantiles, entre otros). Las variables relacionadas al precio son de gran interés para los consumidores jóvenes, especialmente alumnos ya que disponen

de pocos recursos económicos para cubrir sus gastos, es por ello que aprecian el monto de dinero adaptados a ellos, así como los planes familiares o conjuntos (entre amigos para obtener un precio inferior). (García, 2021, pág. 45)

En la misma línea, Thingstad (2023) menciona que los usuarios de la plataforma de streaming valoran los elementos o aspectos que facilita Spotify porque contribuyen a una experiencia más satisfactoria, estos son: recomendaciones musicales en base a los gustos musicales y hábitos de escucha, de igual manera la facilidad para seleccionar canciones y sus formas de descubrir nueva música.

Análisis de la audiencia.

Un análisis de audiencia es una herramienta empleada por las empresas de entretenimiento para conocer detalladamente a las personas que forman parte de su público con el propósito de determinar sus deseos, necesidades, actitudes, entre otros aspectos. Es un método clave para el éxito de cualquier negocio dedicado a esta actividad, ya que mediante este tipo de análisis es posible diseñar estrategias efectivas para captar mayor cantidad de público y satisfacer sus necesidades. Actualmente ha pasado a ser un desafío constante de los medios de comunicación en especial en los mercados competitivos. (Izquierdo, 2023)

Igarzábal (2021) menciona que es muy relevante la realización de análisis de audiencia con regularidad ya que, de no ser así, las estrategias efectuadas por el departamento de marketing de una empresa para captar mayor cantidad de público no tendrán los resultados esperados, así mismo no podrá determinar cuál es el comportamiento de los clientes y que es lo que esperan. Un análisis de audiencia es ideal para que la empresa logre asumir riesgos los cuales ayudaran al crecientito del negocio. Mediante el análisis es posible establecer qué riesgo pueden tener mayores beneficios y tomar decisiones inteligentes.

Un análisis de audiencia es un elemento clave para tener conocimiento sobre las características de aquellas personas a las cuales va dirigido un mensaje o contenido. Abarca la determinación de ciertos parámetros en el público objetivo como: demográficos, psicográficos y comportamentales para de esta manera adecuar el mensaje de acuerdo a sus necesidades, intereses y expectativas (Marchesi, 2023). Por lo tanto, es esencial que las empresas efectúen análisis de audiencia eficientes para lanzar campañas que tengan un impacto positivo en el grupo de personas que tengan interés por la organización; así mismo, que puedan segmentar adecuadamente el mercado y personalizar los contenidos.

De acuerdo con Marchesi (2023) un análisis de audiencia debe implicar los aspectos que se describen a continuación:

- ***Datos demográficos:*** se consideran aspectos claves del público como: edad, género, nivel educativo, ocupación, ingresos y estado civil, estos son muy importantes para segmentar el mercado y determinar el tipo de mensaje que se lanzara.
- ***Datos Psicográficos:*** involucran aquellos datos vinculados a la personalidad de los seguidores como sus intereses, valores, creencias, actitudes, percepciones, entre otros aspectos, dicha información es imprescindible para determinar las preferencias y motivaciones de los usuarios.
- ***Análisis de necesidades:*** trata sobre la identificación de los inconvenientes, obstáculos, deseos, aspiraciones del público, lo cual es importante para evidenciar necesidades, expectativas y motivaciones.
- ***Datos comportamentales:*** se refiere a los hábitos y comportamientos de la audiencia como analizar acciones, reacciones, rutinas diarias, entre otros. Aquí también se examina como estos interactúan con los canales digitales y el contenido. (párr. 4-7)

Es decir que, mediante los análisis de audiencia es posible obtener datos precisos relacionados con el público lo cual ayudará a cumplir con los objetivos de la empresa. En la actualidad los negocios, en especial las plataformas de entretenimiento necesitan conocer a fondo a sus seguidores para cumplir con sus metas, consolidarse en el mercado, dar a conocer nuevos productos, diferenciarse de sus principales competidores, lanzar publicidad específica e incrementar el número de seguidores.

Funcionalidad de los análisis de audiencia

El análisis de la audiencia hace referencia al proceso mediante el cual se recopila información sobre las personas que consumen un servicio en internet, con el fin de entender mejor quienes son, sus gustos y preferencias. Este análisis es relevante porque permite obtener datos sobre los consumidores que hacen parte de la audiencia para comprender deseos, necesidades y comportamientos. Además, es especial para mejorar la comunicación y los servicios que ofrecen actualmente las plataformas de streaming. (Minota, 2021)

Según Anasaci-Agencia Marketing Digital Zaragoza (2024) indica lo siguiente sobre el tema:

Las audiencias consisten en un conjunto de personas conectadas de manera digital que comparten intereses, conductas o características parecidas. La importancia de analizar las audiencias es que permite a las empresas y creadores de contenidos llegar a más usuarios, a través de la mejora de sus servicios adaptados a sus necesidades y preferencias. (párr. 1)

El análisis de audiencia se ha convertido en un reto para las empresas del medio digital, por lo cual, han tenido que crear métodos y herramientas adaptadas a sus necesidades y los hábitos de los usuarios, con la finalidad de capitalizar la información y comprender el comportamiento en cuanto a la práctica de consumo, para así mejorar los aspectos que no tienen

del todo satisfechos a las personas que utilizan los servicios de las plataformas de streaming. (Izquierdo, Los estudios de la audiencia, 2023)

Audiencia en plataformas de streaming

Neira, Clares y Sánchez (2021) indican que la audiencia dentro de las plataformas de streaming es fundamental para obtener información sobre las prácticas, los comportamientos y gustos, las preferencias y necesidades que tienen las personas durante el uso del servicio. Además, el nivel de audiencia permite conocer el contenido con mayor acogida y favorece la adquisición de ingresos de las empresas digitales.

Actualmente, la audiencia es de gran importancia para las plataformas de streaming de música debido a que tiene el control sobre lo que desea escuchar y su acceso al descubrimiento de nuevas canciones. Por ende, la audiencia es el elemento principal de estas empresas ya que brinda datos sobre sus hábitos y contribuye a su economía gracias a los catálogos musicales que tienen y las funciones que ofrece. (Riveros, 2018)

Influencia de los contenidos en la audiencia

Las plataformas de streaming para tener influencia sobre la audiencia tratar de igualar o superar la calidad o catálogo de contenido, debido a que es un factor importante para atraer mayor número de personas y mantenerla satisfecha. En otras palabras, la presentación de contenidos es fundamental y esencial para la audiencia, ya que al estar bien organizados y con buena estética se asegura que la permanencia del usuario a largo plazo. Otro aspecto que influye en los consumidores de los servicios streaming es estar actualizados con los nuevos contenidos en tendencias. (Vernaza & Rodríguez, 2022)

Aspectos a considerar en el análisis de la audiencia.

De acuerdo con Granda (2022) los aspectos que se deben considerar para analizar la audiencia de la plataforma streaming Spotify se basa principalmente en la identificación de hábitos o patrones de consumo musical. Este análisis se puede realizar de la siguiente manera:

- Medir el número de veces que el usuario escucha una canción
- Manera cómo reproduce la música, es decir, repite la melodía
- Accede a nuevos lanzamientos
- Indaga el catálogo de artistas o playlist
- Reproduce las recomendaciones de la plataforma. (párr.8)

Igualmente, Bazzara (2021) menciona que los aspectos a tomar en cuenta para el análisis de la audiencia son los hábitos y gustos de los usuarios, puesto que todos tienen comportamientos y preferencias diferentes al momento de consumir música en la plataforma de streaming Spotify. Algunos de los ejemplos que se deben considerar para evaluar a los consumidores se encuentran los siguientes:

- Selección de músicas o cantantes
- Canciones destacadas como favoritas y saltadas
- Momento en que se seleccionan
- Actividad que se realiza durante la escucha. (p.75)

En función de lo mencionado, se puede indicar que cuanto mayor sea el almacenamiento de información tanto a nivel musical, contextual y emocional, incrementará las probabilidades de precisión del análisis; por lo tanto, al aumentar la exactitud del estudio, la empresa digital de música tendrá más posibilidad de eficacia predictiva, permitiéndole ofrecer recomendaciones directas e indirectas o funciones específicas que desean los consumidores. (Bazzara, 2021)

CAPITULO III.-METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipos de investigación

Los tipos de investigación que se utilizaron fueron: descriptiva, se usó porque permitió recopilar información (resultados de encuesta y contenido teórico) importante que luego fue descrita y analizada, de manera que se comprendió mejor el problema estudiado. Por lo tanto, esta investigación se aplicó en el trabajo debido a que se detalló cada uno de los hallazgos identificados en la aplicación de los instrumentos. También se empleó la investigación documental, puesto que facilitó la indagación de diferentes fuentes de información con el fin de sustentar las variables de estudio. Es así que, este tipo de investigación ayudó a efectuar una revisión bibliográfica minuciosa sobre el tema estudiado.

3.1.2. Diseño de investigación

El presente estudio posee un enfoque cuantitativo debido que se aplicó como técnica de investigación la encuesta con la finalidad de conocer las percepciones y hábitos de los usuarios de la plataforma Spotify en el cantón Babahoyo. Asimismo, el trabajo cuenta con un diseño no experimental, porque durante el proceso investigativo no se alteró o manipuló los hallazgos identificados a través de las unidades de análisis.

Además, en el trabajo se implementó el método hipotético-deductivo, debido a que mediante el proceso investigativo se verificó la hipótesis planteada, además, permitió realizar conclusiones generales a partir de las premisas teóricas de manera lógica con el fin de comprender el problema. Otro de los métodos usados fue el analítico-sintético, el cual ayudó a una comprensión detallada y completa de las percepciones y hábitos de los usuarios de Spotify en Babahoyo .

3.2. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítem/Instrumento
<p>Variable Independiente: Análisis de audiencia</p>	<p>Análisis de audiencia es una herramienta empleada por las empresas de entretenimiento para conocer detalladamente a las personas que forman parte de su público con el propósito de determinar sus deseos, necesidades, actitudes, entre otros aspectos. (Izquierdo, 2023)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Datos demográficos. • Datos Psicográficos. • Datos de suscripción y monetización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Género. • Edad. • Intereses musicales • Estilo de vida • Tipo de cuenta. • Patrones de suscripción. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Señale con una equis el género al que pertenece. 2. ¿En qué rango de edad se encuentra usted? 3. ¿Usted escucha música en la plataforma Spotify? 4. ¿Cuál es su género musical preferido que escucha en Spotify? 5. ¿Cuáles son sus actividades cotidianas en las que escucha música con mayor regularidad? 6. ¿Con qué tipo de cuenta escucha música en Spotify? 7. ¿Con qué frecuencia cambia el tipo de suscripción?

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítem/Instrumento
<p>Variable Dependiente: Percepción y hábitos de los usuarios de Spotify</p>	<p>La percepción y hábitos de los usuarios son componentes muy importantes a la hora de usar el servicio de Spotify, puesto ambos brindan una visión global de como los clientes/usuarios interactúan en la plataforma. (González, 2021)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valor percibido. • Opinión sobre la interfaz y experiencia de usuario. • Comportamiento de consumo de música. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilidades de las funciones. • Relación calidad – precio. • Diseño y estética. • Facilidad de búsqueda. • Frecuencia de uso. • Duración de escucha. 	<p>8. ¿Cuán útiles considera las funciones de la plataforma Spotify?</p> <p>9. ¿Cómo calificaría la relación calidad – precio de la plataforma Spotify?</p> <p>10. ¿Cómo le parece el diseño y la estética de la plataforma Spotify?</p> <p>11. ¿Considera que la plataforma Spotify brinda a sus usuarios facilidades para la búsqueda de canciones</p> <p>12. ¿Con qué frecuencia escucha música en la plataforma Spotify?</p> <p>13. ¿Cada vez que se dispone a escuchar música en la plataforma Spotify, cuanto tiempo lo hace?</p>

Elaborado por Jose Garcia y Jhoan Joza

3.3. Población y muestra de investigación.

3.3.1. Población

La población de la presente investigación está conformada por los habitantes de la ciudad de Babahoyo que se encuentran en un rango de edad entre 15 y 65 años, quienes en la presente investigación son individuos considerados como potenciales usuarios de la plataforma Spotify. Según datos proporcionados por el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2020-2024 (2022), en la ciudad de Babahoyo existen 31.132 personas de género masculino y 31.921 de género femenino, mismas que se encuentran en el grupo etario de entre 13 y 65 años. En tal virtud, la población de este estudio corresponde a 63.053 personas.

3.3.2. Muestra

Para el cálculo de la muestra se ha utilizado el método probabilístico, debido a que la población es homogénea, es decir, posee las mismas características. En tal virtud se emplea la siguiente fórmula para establecer las unidades de estudio a quienes se aplicará el instrumento investigativo.

$$\text{Población Finita} \quad n = \frac{N * Z^2 * P * q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

N= Total de la población (63.053 habitantes de Babahoyo de entre 15 y 64 años)

Z= 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 50% = 0,50)

q = 1-p (en este caso 1-0.50= 0.50)

e = precisión (5%)

$$n = \frac{63.053 * 1.96^2 * 0.05 * 0.05}{0.05^2 (63.053 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.05}$$

$$n = \frac{63.053 * 3.92 * 0.05 * 0.05}{0.0025 (63.052) + 3.92 * 0.05 * 0.05}$$

$$n = 382$$

3.4. Técnicas e instrumentos de medición

3.4.1. Técnicas

La técnica de investigación que se empleó es la encuesta, misma que fué aplicada a la muestra de usuarios de Spotify de Babahoyo seleccionada, con el propósito de conocer las percepciones y los hábitos que tienen con respecto al uso de la aplicación antes mencionada.

3.4.2. Instrumentos

El instrumento utilizado fue un cuestionario de preguntas, el cual estuvo conformado por 13 interrogantes relacionadas al estudio. Está organizado según las dimensiones de cada variable (véase operacionalización de variables), donde por cada dimensión se establecen dos indicadores y a su vez una pregunta por cada uno de estos. El cuestionario está elaborado con preguntas cerradas y de alternativas múltiple según la escala de Likert, lo cual permitió un análisis holístico del contexto investigado, de tal manera que se logró obtener información clara y precisa. Cabe indicar que el instrumento se aplicó de manera online por medio de Google From.

3.5. Procesamiento de datos

Para el procesamiento de datos se realizaron ciertos pasos: en primer lugar, se llevó a cabo un registro minucioso de la información obtenida del instrumento de investigación. En segundo lugar, se organizó la información en concordancia con las variables de estudio, para

un mejor análisis de los resultados. Luego los datos fueron ingresados al procesador de textos Excel, donde se tabuló y posteriormente se generó tablas y gráficos que facilitaron la presentación de los hallazgos identificados durante el proceso investigativo, los cuales permitieron efectuar conclusiones e interpretaciones sobre el problema analizado.

3.6. Aspectos éticos

Para asegurar el respeto a los derechos y dignidad de las personas que participaron en la investigación y la transparencia de la información, se tuvieron en cuenta algunos principios éticos, uno de ellos fue instruir a los sujetos objeto de análisis sobre el fin de la investigación y sus beneficios. Así mismo se aseguró la protección de sus datos personales, confidencialidad y anonimato de los datos recogidos. Los aspectos señalados ayudaron a asegurar la integridad y credibilidad del presente estudio.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

Tabla 2.

Género

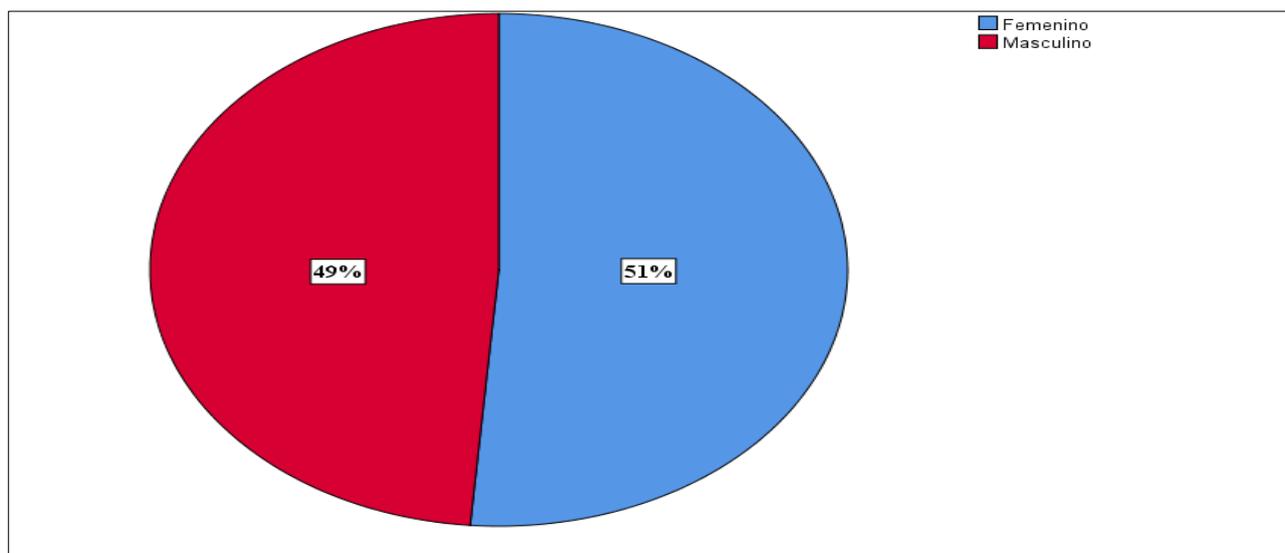
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	196	51%
Femenino	187	49%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo.

Elaborado por: José García Ronquillo y Jhoan Joza Caiño

Figura 1.

Género



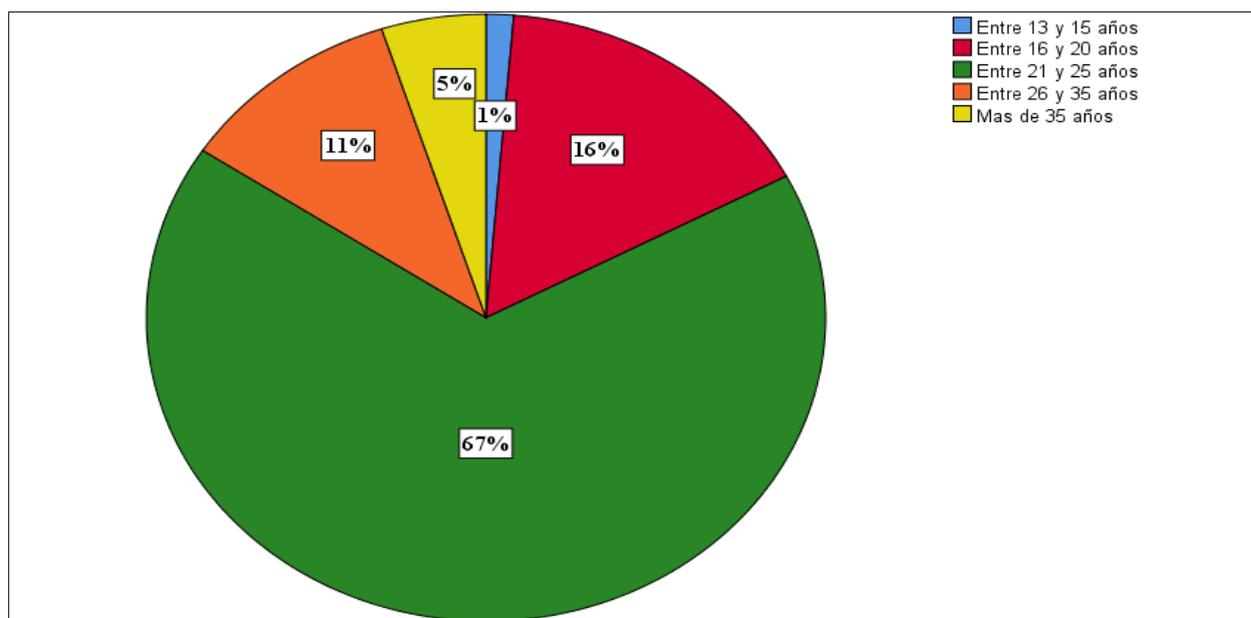
Análisis e interpretación: El mayor porcentaje (51%) de la población encuestada pertenece al género femenino, lo que implica hay congruencia con la información recabada de la población, en la cual el género femenino está por debajo del femenino en cuanto a número de habitantes.

Tabla 3.*Rango de edad*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Entre 13 y 15 años	5	1%
Entre 16 y 20 años	61	16%
Entre 21 y 25 años	256	67%
Entre 26 y 35 años	41	11%
Más de 35 años	19	5%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo.

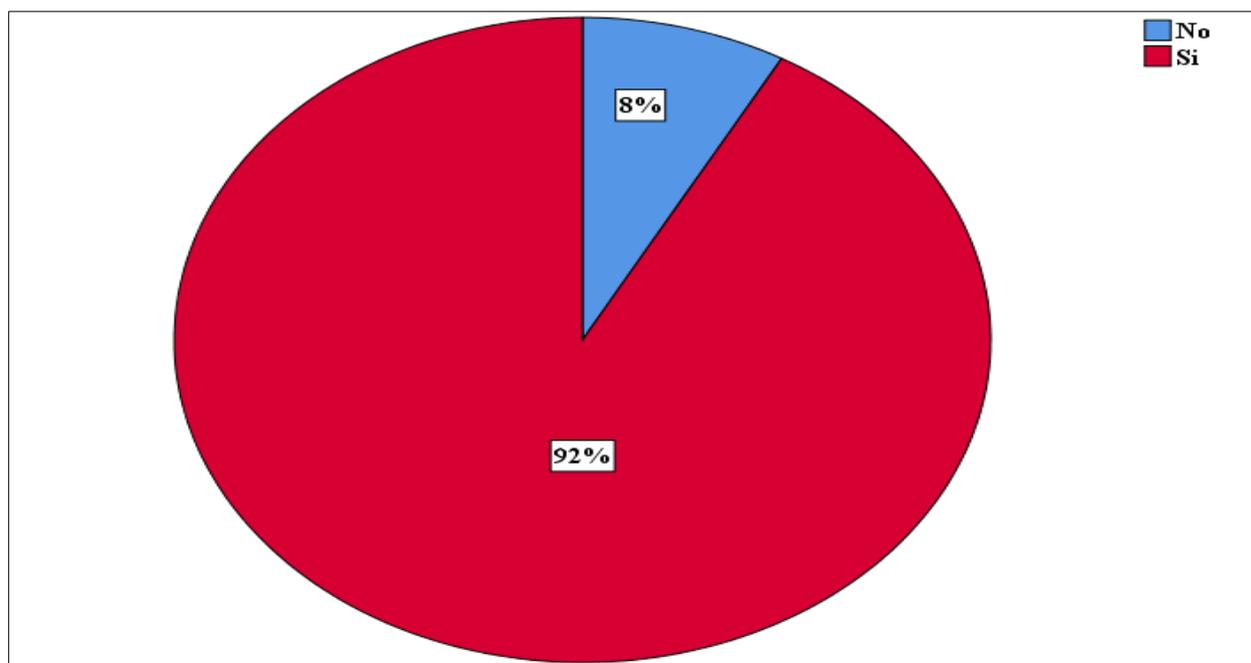
Elaborado por: José García Ronquillo y Jhoan Joza Caiño

Figura 2.*Rango de edad*

Análisis e interpretación: De la población encuestada, el mayor porcentaje entre los grupos (67%) se encuentra en un rango de edad de entre 21 y 25 años. Lo cual brinda indicios que los resultados que se presentan en este estudio corresponde a la perspectiva y criterios de personas jóvenes, aunque hay que considerar que el 5% tiene más de 35 años, lo cual ayudó a tener opiniones contrastadas que enriquecieron la investigación.

Tabla 4.*Uso de plataforma Spotify*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	351	92%
No	31	8%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo.*Elaborado por:* José García Ronquillo y Jhoan Joza Caiño**Figura 3.***Uso de plataforma Spotify*

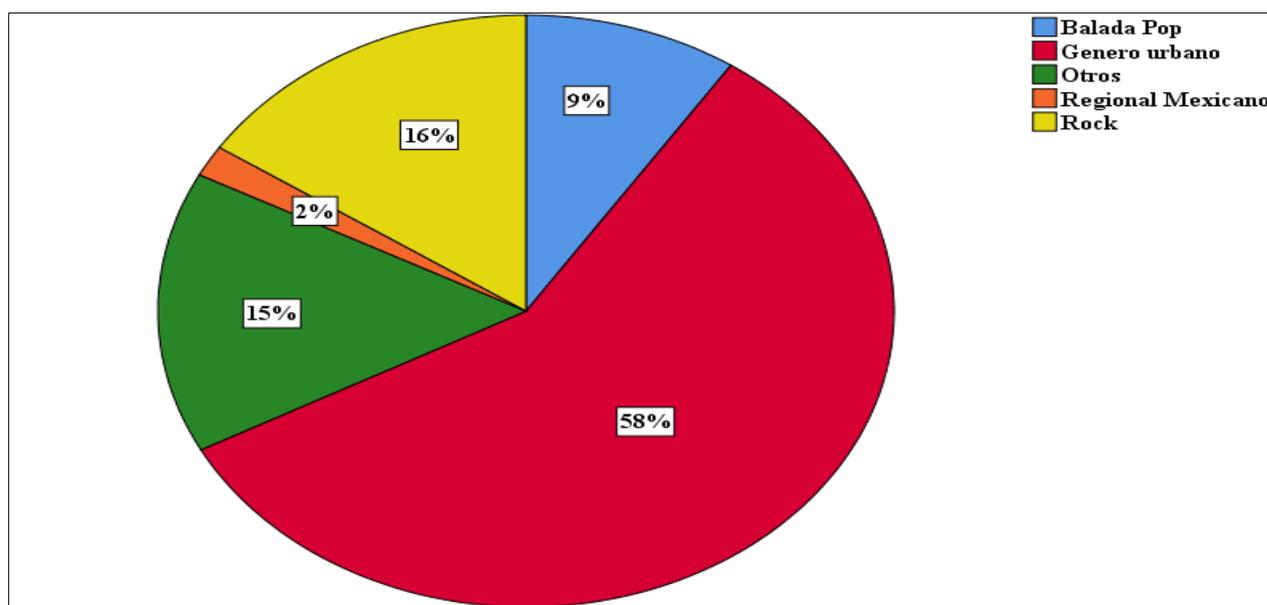
Análisis e interpretación: Los resultados evidencian que el 92% de personas encuestadas hacen uso de la plataforma Spotify para escuchar música; lo cual es un porcentaje mayoritario. Sin embargo, es preciso considerar que existe una proporción (8%), que no hacen uso de la plataforma mencionada; en tal virtud, quedan descartadas para las siguientes preguntas que están direccionadas solo para los usuarios de Spotify.

Tabla 5.*Género musical preferido*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Balada Pop	33	9%
Género urbano	203	58%
Regional Mexicano	6	2%
Rock	55	16%
Otros	54	15%
Total	351	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo.

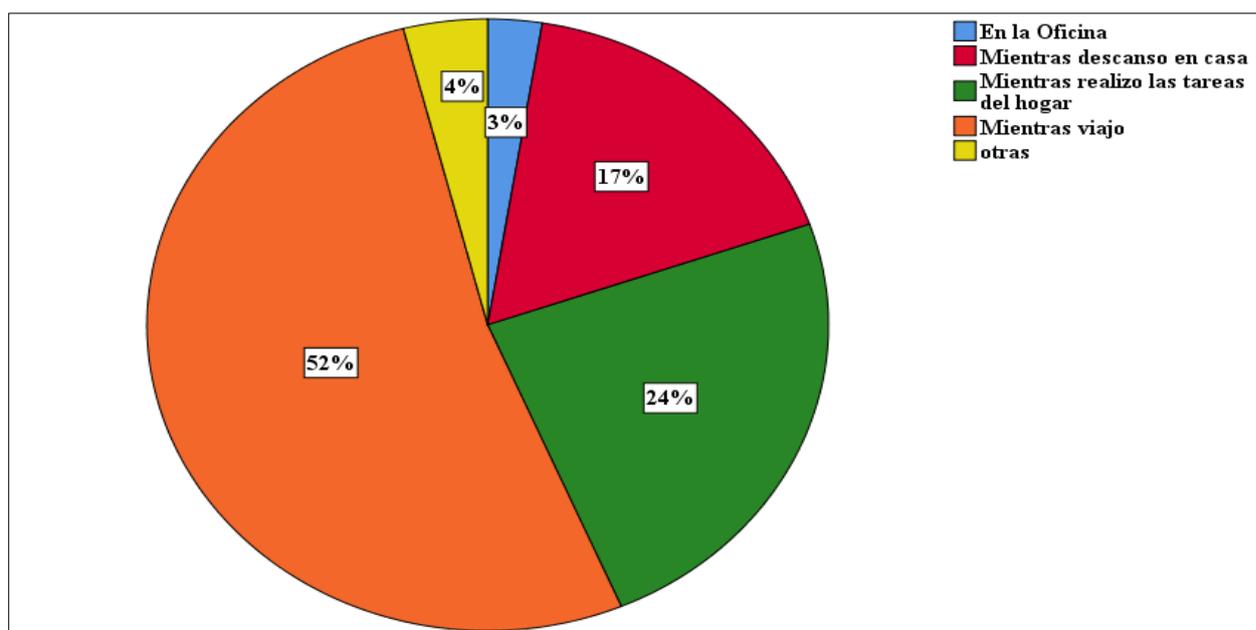
Elaborado por: José García Ronquillo y Jhoan Joza Caiño

Figura 4.*Género musical preferido*

Análisis e interpretación: El 58% de usuarios de la plataforma Spotify de la ciudad de Babahoyo que fueron encuestados en la presente investigación, escuchan el género urbano en el que se incluye el reggaetón, trap y demás ritmos contemporáneo; mientras que la balada pop tiene una proporción del 9%. Estos resultados reflejan la tendencia de la música actual que escuchan en su gran mayoría la población joven.

Tabla 6.*Actividades cotidianas en que los usuarios escuchan música*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
En la oficina	9	3%
Mientras viajo	184	52%
Mientras descanso en casa	60	17%
Mientras realizo las tareas del hogar	84	24%
Otras	14	4%
Total	351	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo.*Elaborado por:* José García Ronquillo y Jhoan Joza Caiño**Figura 5.***Actividades cotidianas en que los usuarios escuchan música*

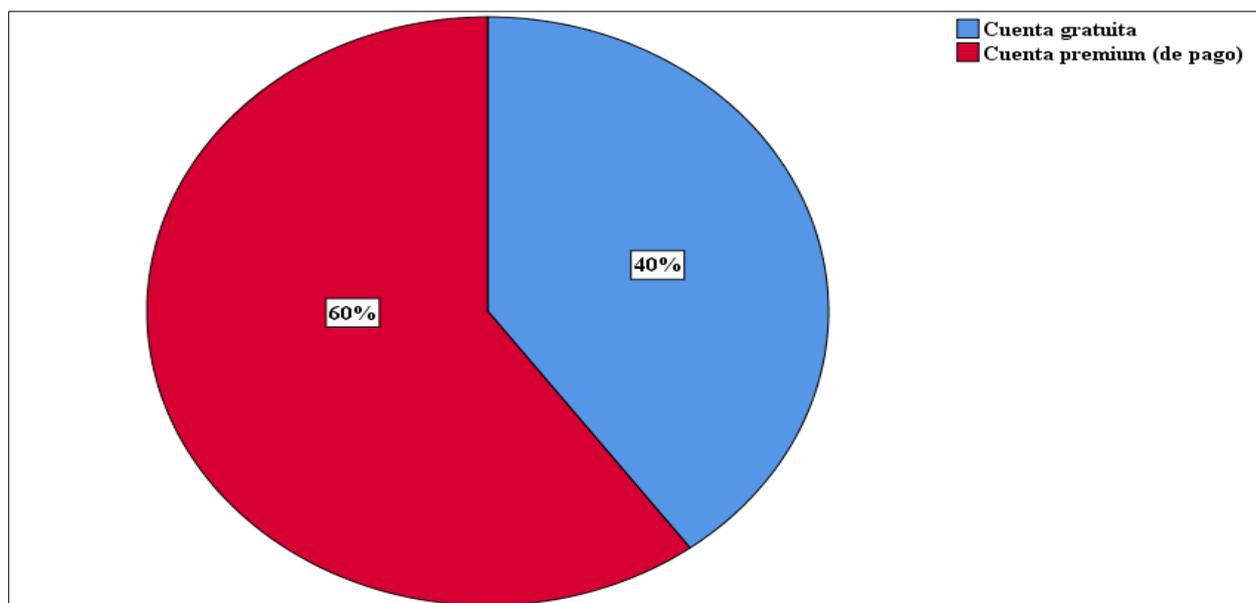
Análisis e interpretación: Los resultados indican que el porcentaje de actividades cotidianas en que los usuarios escuchan música en la plataforma Spotify se encuentra distribuido de forma relativamente proporcional; sin embargo, la actividad que más se destaca con el porcentaje mayoritario (52%), es mientras viajan. Es decir, esto se debe a que la mayoría de los participantes de este estudio estudian y viajan todos los días; por tanto, usan esta aplicación para disfrutar de la música.

Tabla 7.*Tipo de cuenta Spotify*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cuenta gratuita	140	40%
Cuenta premium (de pago)	211	60%
Total	351	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo.

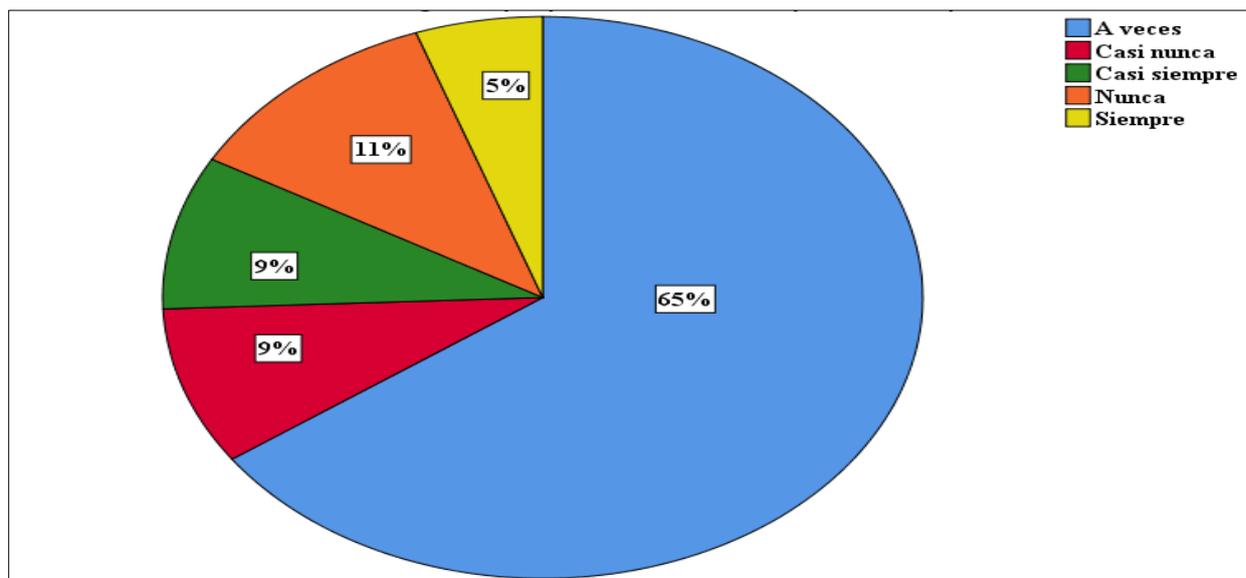
Elaborado por: José García Ronquillo y Jhoan Joza Caiño

Figura 6.*Tipo de cuenta Spotify*

Análisis e interpretación: Los resultados evidencian que el 40% de la muestra que participa en la presente investigación posee un tipo de suscripción a Spotify gratuita, lo cual quiere decir que utilizan los beneficios básicos de la plataforma, pero también es importante resaltar que el 60% considera importante asignar parte de su presupuesto personal para disfrutar de un plan Premium que le permita acceder a una mayor y mejor experiencia al escuchar música en Spotify.

Tabla 8.*Frecuencia de cambio del tipo de suscripción*

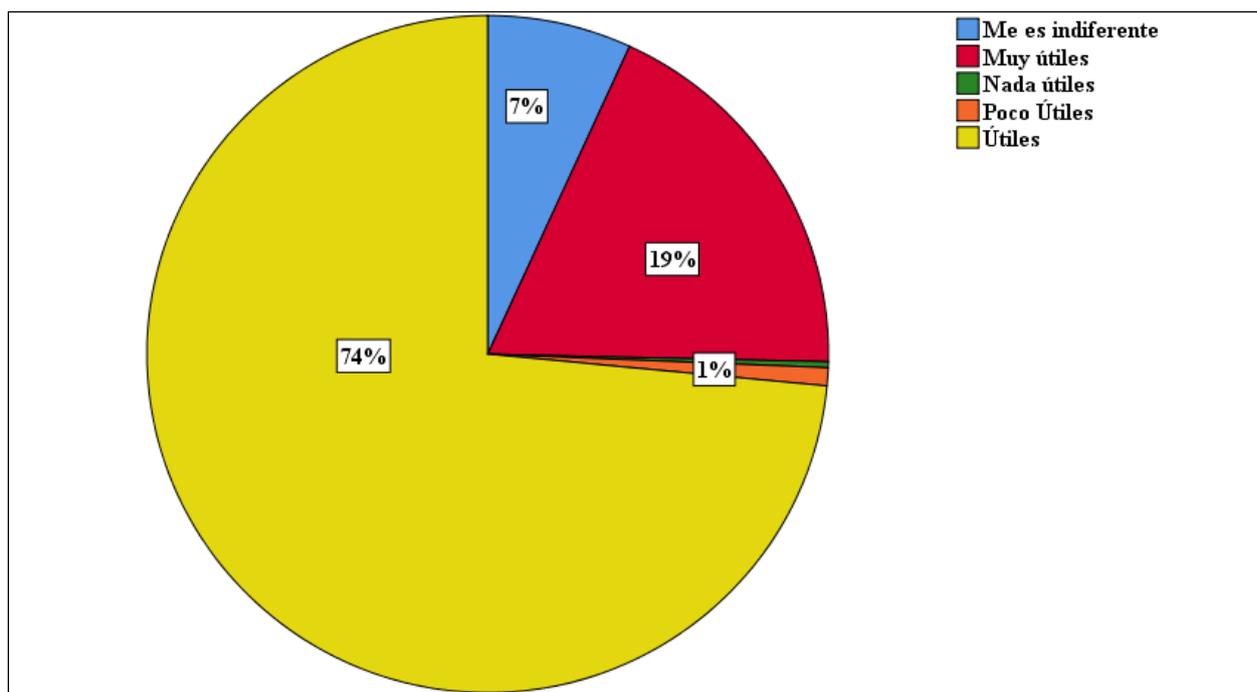
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	19	5%
Casi siempre	31	9%
A veces	229	65%
Casi nunca	32	9%
Nunca	40	11%
Total	351	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo.*Elaborado por:* José García Ronquillo y Jhoan Joza Caiño**Figura 7.***Tipo de cuenta Spotify*

Análisis e interpretación: El 65% de los encuestados manifestaron que por lo general no cambian el tipo de suscripción, pues solo lo hacen en determinadas ocasiones; mientras que el 9% lo hace casi siempre para actualizarse de los nuevos beneficios y tendencias de la plataforma. Con base en estos resultados se puede entender que la mayoría se queda con el paquete o tipo de suscripción que adquirió en el inicio y no realiza cambios con frecuencia.

Tabla 9.*Utilidad de las funciones de la plataforma Spotify*

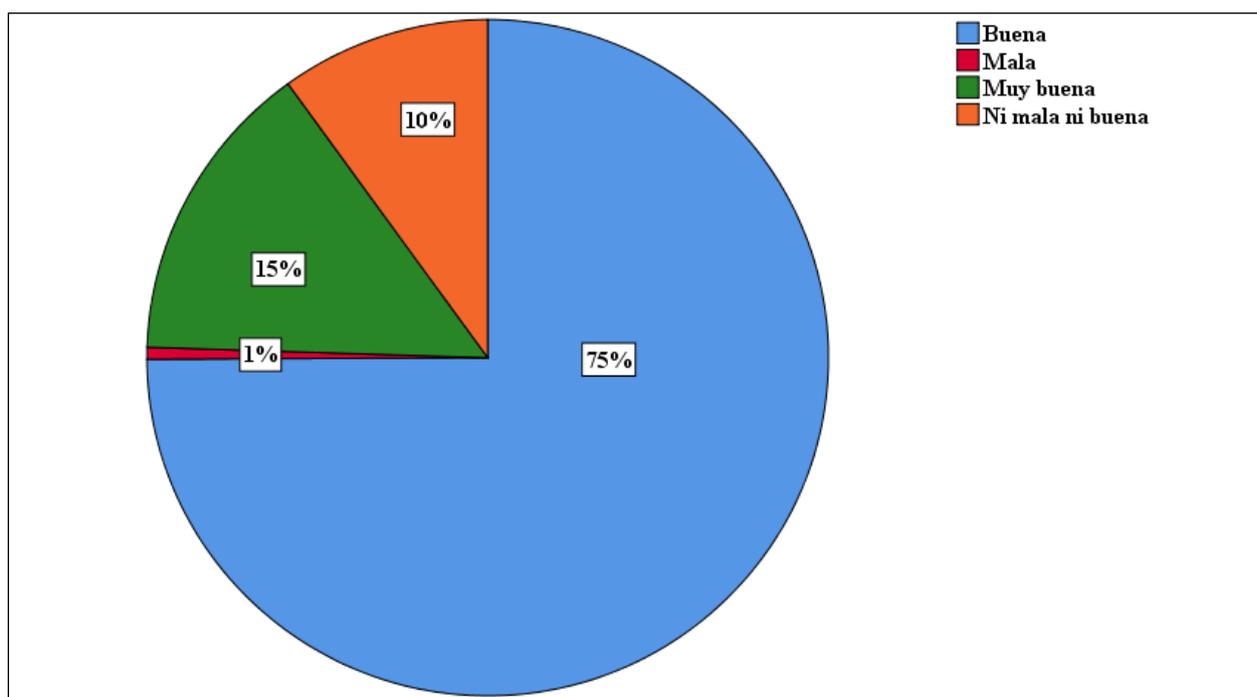
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Me es indiferente	24	6,8
Muy útiles	65	18,5
Nada útiles	1	0,3
Poco Útiles	3	0,9
Útiles	258	73,5
Total	351	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo.*Elaborado por:* José García Ronquillo y Jhoan Joza Caiño**Figura 8.***Utilidad de las funciones de la plataforma Spotify*

Análisis e interpretación: La encuesta aplicada determinó que el 74% considera que cada una de las funciones que tiene la plataforma Spotify son útiles. Resultados que evidencian que la mayor parte los usuarios encuestados tienen una percepción positiva respecto a los beneficios ofrecidos por la aplicación analizada.

Tabla 10.*Relación calidad – precios de los servicios de Spotify*

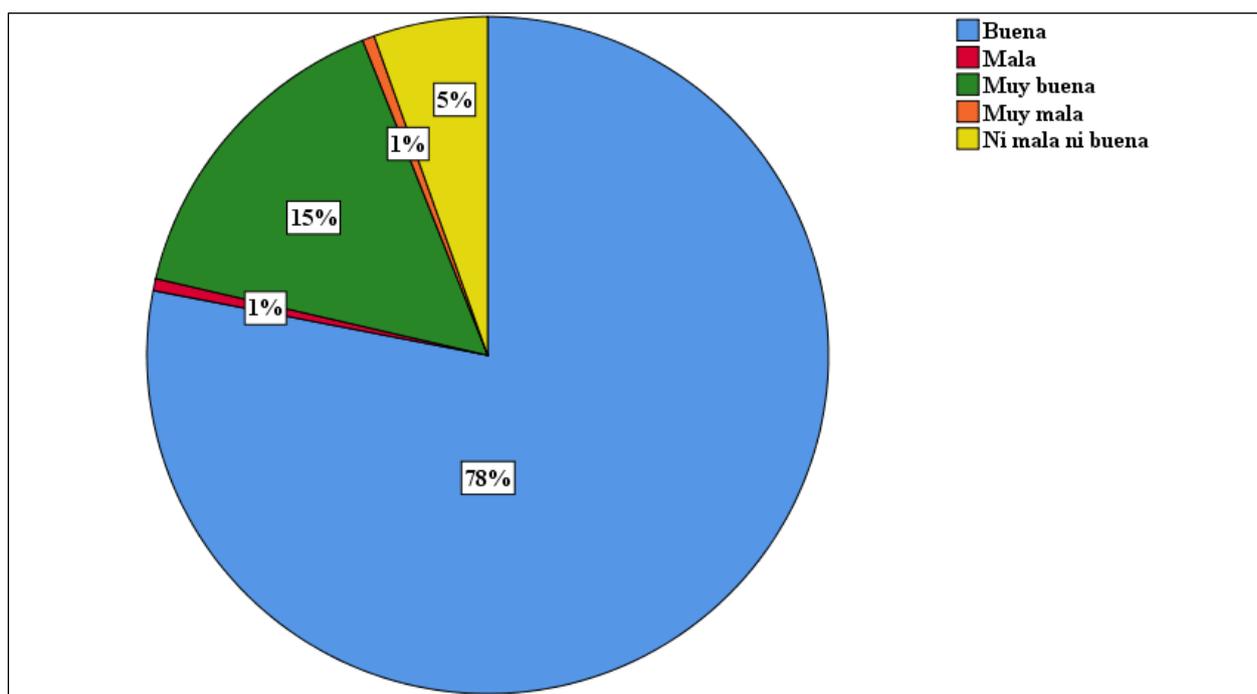
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Buena	263	74,9
Mala	2	0,6
Muy buena	51	14,5
Ni mala ni buena	35	10,0
Total	351	100 %

Fuente: Encuesta a usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo.*Elaborado por:* José García Ronquillo y Jhoan Joza Caiño**Figura 9.***Relación calidad – precios de los servicios de Spotify*

Análisis e interpretación: La gran mayoría de los participantes en el presente estudio (75%) opinan que la relación calidad – precio es muy buena, solo una pequeña proporción (1%) considera lo contrario. Estos resultados permiten deducir que los usuarios están de acuerdo con el costo de las suscripciones, pues reciben un servicio que cumple con sus expectativas básicas para escuchar música de su interés.

Tabla 11.*Percepción de diseño y estética de Spotify*

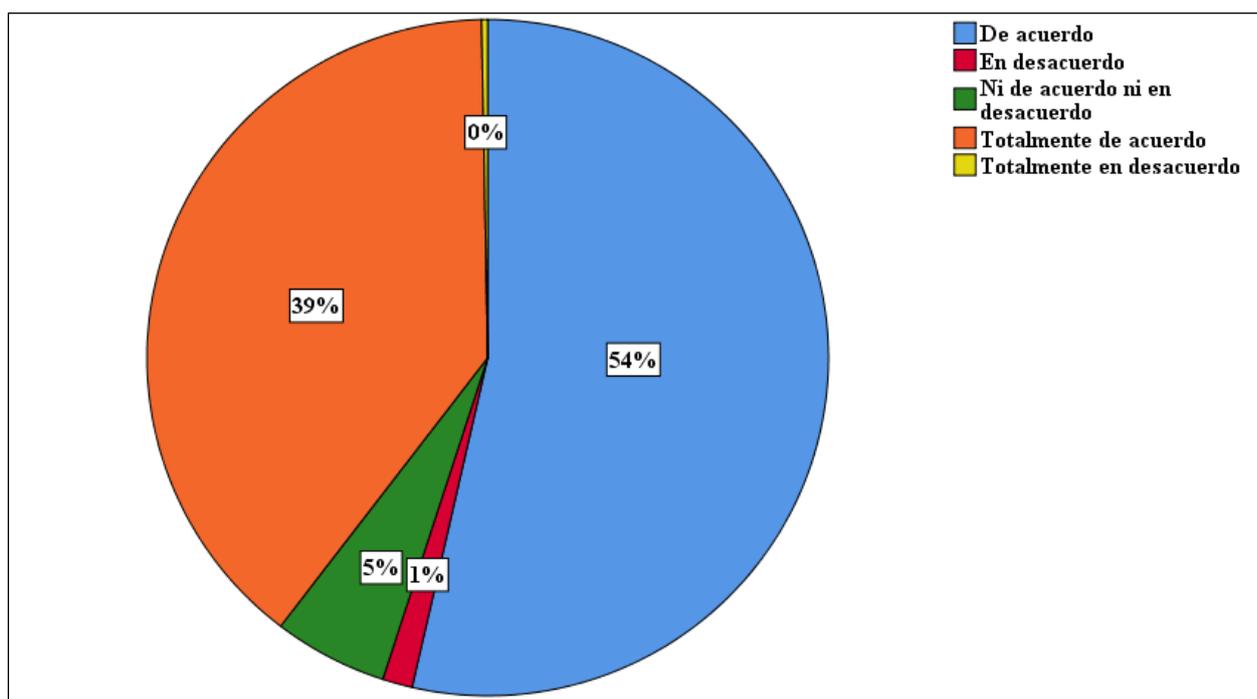
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Buena	274	78,1
Mala	2	0,6
Muy buena	54	15,4
Muy mala	2	0,6
Ni mala ni buena	19	5,4
Total	351	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo.*Elaborado por:* José García Ronquillo y Jhoan Joza Caiño**Figura 10.***Percepción de diseño y estética de Spotify*

Análisis e interpretación: En cuanto al diseño y estética de la interfaz de la plataforma Spotify, existe una percepción positiva, afirmación que se sustenta en el criterio del 78% de los encuestados, quienes indicaron que tienen una buena impresión, a eso se suma el 15% que indicó que es muy buena. Estos resultados evidencian que a los usuarios les gusta visualmente esta aplicación.

Tabla 12.*Percepciones de facilidades para la búsqueda en Spotify*

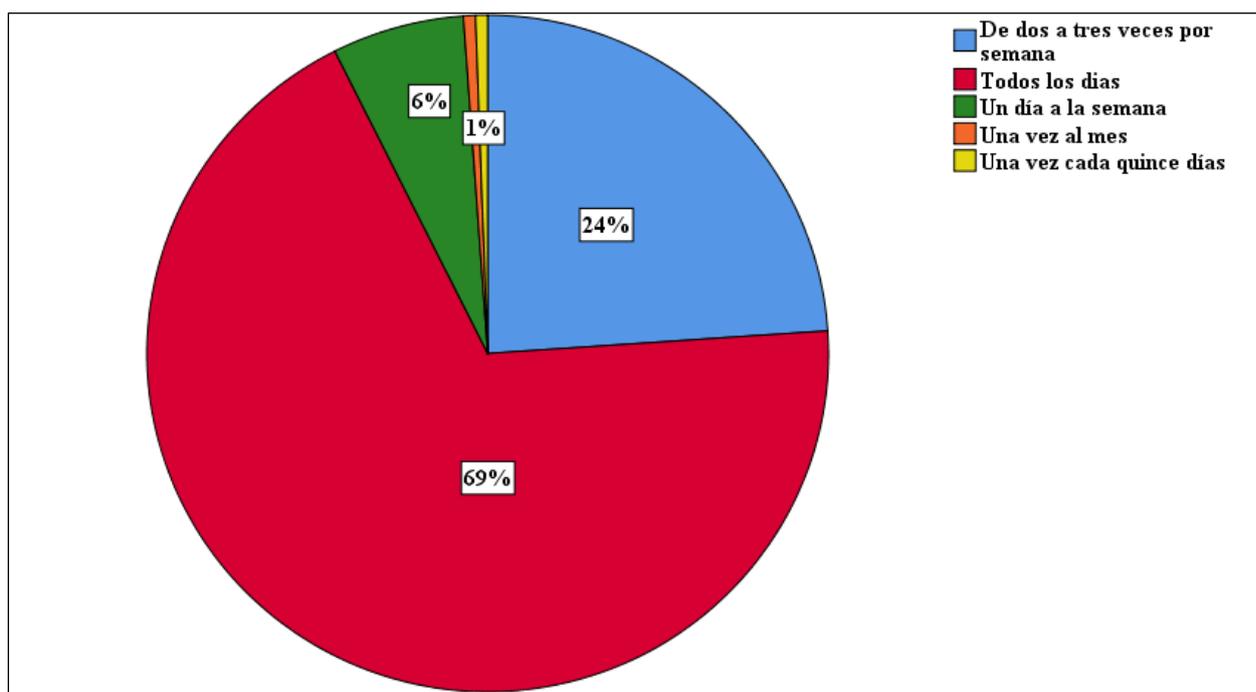
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	188	53,6
En desacuerdo	5	1,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	5,4
Totalmente de acuerdo	138	39,3
Totalmente en desacuerdo	1	0,3
Total	351	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo.*Elaborado por:* José García Ronquillo y Jhoan Joza Caiño**Figura 11.***Percepciones de facilidades para la búsqueda en Spotify*

Análisis e interpretación: El 54% de los usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo que fueron encuestados indicó que está de acuerdo con que la plataforma brinda facilidades para encontrar la música que buscan, pues se encuentran organizadas de manera sencilla y práctica. Este aspecto es importante porque las aplicaciones que no brinden facilidades de búsqueda a los usuarios, estarán destinadas a fracasar por muy buenas que puedan ser.

Tabla 13.*Frecuencia de uso de plataforma Spotify*

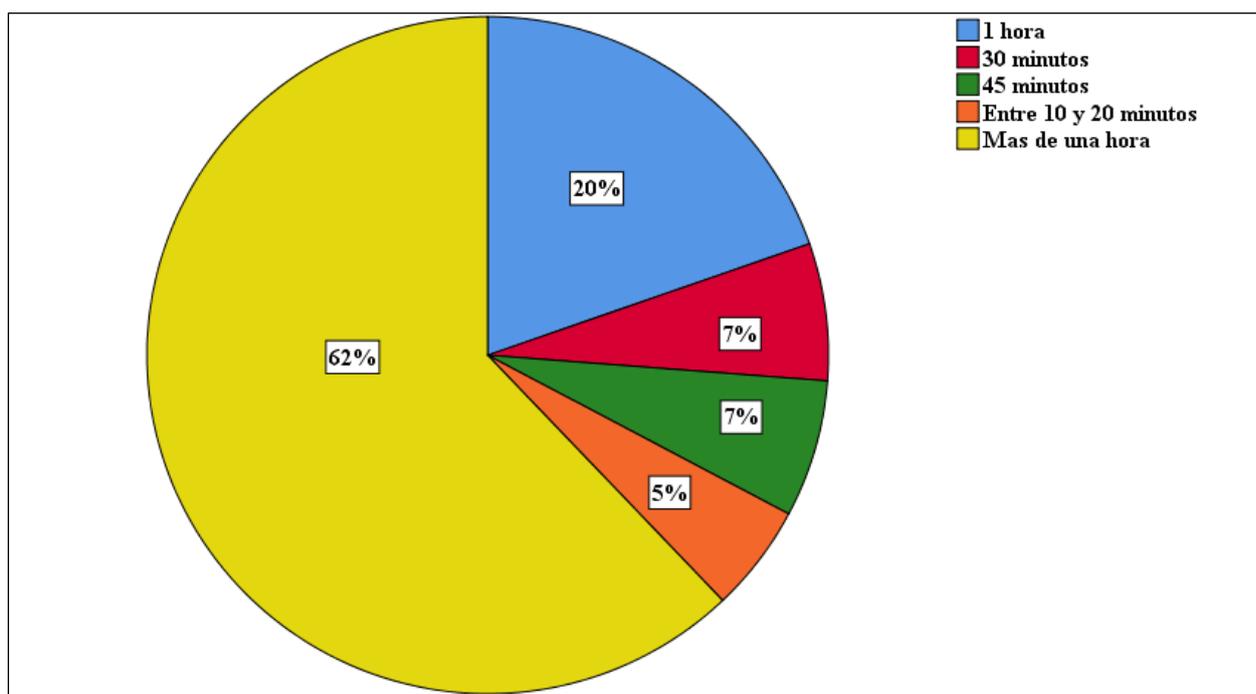
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De dos a tres veces por semana	84	23,9
Todos los días	241	68,7
Un día a la semana	22	6,3
Una vez al mes	2	0,6
Una vez cada quince días	2	0,6
Total	351	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo.*Elaborado por:* José García Ronquillo y Jhoan Joza Caiño**Figura 12.***Frecuencia de uso de plataforma Spotify*

Análisis e interpretación: Los resultados de la encuesta aplicada evidencian que el 69% de las personas que usan la plataforma Spotify, escuchan música todos los días. Esto refleja que los usuarios están en constante interacción con la aplicación, por lo que se precisa que tengan una satisfacción adecuada de modo que no tengan que buscar plataformas alternativas para disfrutar de la música.

Tabla 14.*Tiempo de uso habitual de la plataforma Spotify*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1 hora	69	19,7
30 minutos	23	6,6
45 minutos	23	6,6
Entre 10 y 20 minutos	18	5,1
Más de una hora	218	62,1
Total	351	100%

Fuente: Encuesta a usuarios de Spotify de la ciudad de Babahoyo.*Elaborado por:* José García Ronquillo y Jhoan Joza Caiño**Figura 13.***Tiempo de uso habitual de la plataforma Spotify*

Análisis e interpretación: El 62% de los usuarios de la plataforma Spotify escucha música por más de una hora cada vez que ingresa a disfrutar del servicio, mientras que el 20% lo hace por aproximadamente una hora. Estos resultados evidencian que a los encuestados les gusta utilizar Spotify por un tiempo relativamente prolongado, y esto se debe a los beneficios que esta brinda a sus suscriptores.

4.2. Discusión

Los resultados de la encuesta aplicada a la muestra utilizada en el presente estudio presentan los siguientes hallazgos demográficos: existe un ligero predominio del género femenino, el cual supera con dos puntos porcentuales al masculino; por otra parte, en cuanto a la edad de los participantes, se observó que la mayoría de ellos tienen entre 21 y 25 años, dato que revela que las perspectivas que se obtuvieron en la aplicación del instrumento investigativo, provienen de una población medianamente joven que ya tiene un criterio formado, por lo que sus opiniones son muy útiles para entender el fenómeno investigado.

La tercera pregunta de la encuesta es una de suma importancia en esta investigación, porque a partir de esta se puede establecer la relevancia del proyecto abordado, la misma evidenció la proporción de personas encuestadas que usan la plataforma Spotify para escuchar música. En este contexto, el resultado indica que el 92% utiliza la aplicación; por tanto, la investigación adquiere relevancia, pues los argumentos están basados en la gran mayoría de los participantes en la investigación.

Las preguntas de la cuatro a la siete están diseñadas para conocer aspectos generales de la audiencia de la plataforma Spotify, en estas se han podido encontrar los siguientes hallazgos relevantes: Respecto al género de música más escuchado, el urbano es el que predomina, incluso por encima de la balada pop, regional mexicano y otros géneros populares en el mundo contemporáneo. Estos resultados reflejan la realidad actual, pues los premios en el contexto musical por mayores audiencias a nivel mundial, son otorgados a artistas como “Bad Bunny” quién es conocido por su música urbana, específicamente en el trap. Sin embargo, no hay que dejar pasar por alto que los usuarios aun escuchan la balada pop, que, aunque pasan los años sigue causando emociones en la audiencia, la cual escucha este género en las distintas etapas que les toca vivir; es decir: en el amor, desamor, traición y demás.

Respecto a las actividades cotidianas que los usuarios realizan mientras escuchan música en la plataforma Spotify, los resultados evidencian que la mayoría de estos disfrutan de los servicios de la aplicación mientras viajan; esto se debe a que en ese momento consideran ideal pues se pueden distraer de una manera agradable. Además, se pudo conocer que los usuarios prefieren la suscripción que tiene costo, lo cual se debe a los múltiples beneficios que reciben, entre los que se destaca el acceso a canciones de sus artistas favoritos que aún no están disponibles en otras plataformas gratuitas.

La tercera parte de la encuesta está diseñada para conocer la percepción que tienen los usuarios de la plataforma Spotify, está integrada por las preguntas de la ocho a la once. Los principales hallazgos son los siguientes: la mayoría de los encuestados perciben como útiles las funciones que tiene la aplicación y opinan que la relación calidad precio es adecuada. Esto es un importante aspecto a destacar puesto que, si los participantes en este estudio no objetan el precio de las suscripciones, son indicios que Spotify es exequible a la mayoría de la población. Por otro lado, en el análisis de la percepción del diseño de la estética de la interfaz de la plataforma, ocho de cada diez encuestados manifestaron que la consideran buena, lo cual refleja la conformidad de los suscriptores en este aspecto.

Finalmente, la encuesta termina con las preguntas doce y trece, mismas que fueron realizadas para identificar los hábitos de los usuarios de la plataforma Spotify, en esta sección los hallazgos principales fueron los siguientes: la frecuencia con la que escuchan música en la aplicación en la mayoría de casos es diaria y además el tiempo que lo hacen es superior a una hora. Estos datos evidencian que los usuarios tienen el hábito de escuchar música en Spotify de manera regular y por un tiempo relativamente largo. De allí la importancia que la plataforma mencionada realice los esfuerzos necesarios para mantenerse a la vanguardia de la innovación para mantener satisfechos a sus suscriptores actuales.

CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Se identificó las principales características de la audiencia de Spotify de la ciudad de Babahoyo, las cuales son: más del 90% de los encuestados tienen una cuenta en Spotify, la mayoría son mujeres, el rango de edad que más escucha música en la aplicación mencionada está entre 21 y 25 años. El género preferido de los suscriptores es el urbano, en el que se destaca el trap y reggaetón, seguido de la balada pop; la actividad más común para escuchar música es al momento de viajar y la mayoría de usuarios prefiere pagar por el servicio para disfrutar los beneficios de tener una cuenta Premium.

Las percepciones de los usuarios de la plataforma Spotify que se han determinado son: las funciones que tiene la aplicación son buenas y contribuyen a la facilidad del manejo de la misma; perciben que la relación calidad-precio es la adecuada pues no presentan objeción al costo de suscripción; del diseño y la estética los usuarios tienen una percepción positiva puesto que indicaron que les gustaba la interfaz de la aplicación; además indicaron que la plataforma brindaba facilidades para el manejo de la misma.

Los principales hábitos de los usuarios de Spotify en la ciudad de Babahoyo son: escuchar música todos los días y en distintas actividades entre las que se destacan: mientras realizan tareas del hogar, al trabajar en las oficinas e incluso en sus períodos de descanso en sus casas. Además, se concluye que los participantes del estudio tienen el hábito de escuchar música en Spotify en períodos que superan la hora, lo que implica que se encuentran en constante interacción con la aplicación y hacen uso de sus servicios de manera constante.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda impulsar otros géneros musicales en la plataforma Spotify, tales como: salsa, vallenato, música anglosajona, jazz, bachata, entre otros. La idea con esto es lograr que los usuarios amplíen sus gustos musicales y no se queden solo con la música urbana que a nivel rítmico destaca, pero melódica y armónicamente carece de cualidades en los que otros géneros tienen mucha riqueza.

Se sugiere que la plataforma Spotify se mantenga a la vanguardia de la tecnología, realizando constantes actualizaciones que mejoren el servicio, de modo que sus suscriptores se mantengan satisfechos y a gusto con el servicio que reciben, de esta manera no tendrán la idea de buscar plataformas sustitutas para disfrutar de la música de sus artistas favoritos. También es importante que la empresa mantenga los precios, los cuales actualmente son competitivos y están al alcance de la mayoría de la población del presente estudio.

Es importante que Spotify tenga una amplia variedad de música, donde sus usuarios que tienen el hábito de escuchar música de manera regular, tengan siempre a disposición nuevas canciones de diferentes artistas, lo cual incrementa el portafolio de opciones para sus suscriptores, de modo que estos no se aburrirán y se convertirán en clientes permanentes del servicio. La idea es que la plataforma mencionada se siga desarrollando y se convierta en la alternativa número uno para los amantes de la música.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anasaci-Agencia Marketing Digital Zaragoza. (18 de Enero de 2024). *¿Qué es la medición Audiencias en Internet?* Obtenido de Anasaci: <https://anasaci.com/blog/disenadores/marketing-online/que-es-la-medicion-audiencias-en-internet.html>
- Anbuhl, C. (19 de Junio de 2018). *Social and Cultural Practices around Using the Music Streaming Provider Spotify*. Obtenido de University Malmo: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1482394/FULLTEXT01.pdf>
- Angulo, A. (10 de Septiembre de 2022). *Los consumidores musicales son mucho más que números*. Obtenido de Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura : <https://observatorio.uartes.edu.ec/2022/09/10/los-consumidores-musicales-son-mucho-mas-que-numeros/>
- Ariza, I. (2021). Consumidor de música digital en Spotify, caso Bogotá. [Tesis de Maestría]. Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA, Bogotá. Obtenido de https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4389/MDM_1144049493_2021_2.pdf?sequence=9&isAllowed=y
- Avilés, K. (13 de Mayo de 2024). *La comunicación disruptiva en el modelo de negocio SAAS aplicado en las plataformas de streaming Spotify*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Técnica de Babahoyo: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8762/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000284.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bautista, B. (10 de Mayo de 2024). *Spotify ve potencial de crecimiento en Latinoamérica*. Obtenido de Canal de Noticias ABC7: 14794881
- Bazzara, L. (2021). De embudos, filtros y brújulas: economía, técnica y subjetividad en Spotify. *Hipertextos*, 9(15), 47-82. Obtenido de <https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos/article/view/12289>
- Beltrán, M. (2021). Usos y gratificaciones obtenidos por los estudiantes de la Universidad del Azuay al utilizar plataformas de música por streaming: Spotify. [Tesis de Grado]. Universidad del Azuay, Cuenca. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/11149/5/16687.pdf>
- Bon, M. (15 de Marzo de 2018). *Así es el nuevo diseño de interfaz de Spotify*. Obtenido de Revista de Noticias Graffica: <https://graffica.info/nuevo-diseno-de-interfaz-de-spotify/>
- Buendía, T. (2017). Las comunidades virtuales como medio para fomentar el emprendimiento en el medio rural. [Tesis Doctoral]. Universidad Internacional de Cataluña, Barcelona. Obtenido de https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/482204/Tesi_%20Teresa%20Buend%EDa-Gold%Elraz.pdf;jsessionid=ED1170454F3878D7F81181596C96ED3C?sequence=1
- Diario Infobae. (09 de Mayo de 2024). *Las mejores canciones para escuchar en Spotify Ecuador en cualquier momento y lugar*. Obtenido de Infobae:

- <https://www.infobae.com/noticias/2024/05/09/las-mejores-canciones-para-escuchar-en-spotify-ecuador-en-cualquier-momento-y-lugar/>
- Drew, Consultoría de Negocios Globales. (09 de Enero de 2022). *Caso Spotify: La importancia de la experiencia del usuario*. Obtenido de Drew: <https://blog.wearedrew.co/caso-spotify-la-importancia-de-la-experiencia-del-usuario>
- Garay, L. (2022). *Reinvención de la industria del entretenimiento en la era de la transformación digital*. Barcelona: Inesdi Digital Business School. Obtenido de https://www.threepoints.com/sites/default/files/2022-06/Informe_Reinvencion_Entretenimiento_DigitalInnovationLearningHub.pdf
- García, A. (2021). El auge de la música en streaming. [Tesis de Grado]. Universidad de Valladolid, Valladolid. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51809/TFG-J-287.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- González, M. (2021). Estudio de percepción del consumidor de plataformas de Streaming de video de baja demanda por suscripción. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica Federico Sanata María, Santiago de Chile. Obtenido de <https://repositorio.usm.cl/server/api/core/bitstreams/d67c307d-1a49-4c90-b54d-335457c3938d/content>
- Granda, A. (19 de Diciembre de 2022). *¿Quién soy yo, Spotify?* Obtenido de Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura: <https://observatorio.artes.edu.ec/2022/12/19/quien-soy-yo-spotify/>
- Hoover, A. (29 de Noviembre de 2023). *Spotify Wrapped 2023: cómo eres según tu resumen musical del año*. Obtenido de <https://es.wired.com/articulos/spotify-wrapped-2023-como-eres-segun-tu-resumen-musical>
- Igarzábal, B. (2021). El vínculo de las audiencias con la televisión. Representaciones, visibilidades y procesos de identificación de personas. (Tesis de grado). Universidad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO, Buenos Aires. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/18472/2/TFLACSO-2021-MBI.pdf>
- Izquierdo, J. (2023). Los estudios de la audiencia. *Revista de Comunicación*, 22(1), 475-477. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/rcudep/v22n1/2227-1465-rcudep-22-01-475.pdf>
- Izquierdo, J. (2023). Los estudios de la audiencia. De la tradición a la innovación. *Revista de Comunicación, Gedisa*, 22(1), 475-477. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/rcudep/v22n1/2227-1465-rcudep-22-01-475.pdf>
- Lenis, D., & Olave, J. (2020). Análisis del consumo de Spotify en estudiantes de 9 a 11 grados del Colegio Católico de la ciudad de Cali. [Tesis de Maestría]. Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali. Obtenido de <https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/eb75f10f-901a-4e93-8039-8aad305e63bc/content>
- Lotito, H. (11 de Octubre de 2023). *Cómo Spotify revoluciona la experiencia de usuario a través del diseño*. Obtenido de LinkedIn: <https://es.linkedin.com/pulse/c%C3%B3mo-spotify-revoluciona-la-experiencia-de-usuario-trav%C3%A9s-lotito>

- Marchesi, J. (21 de Diciembre de 2023). *Cómo conocer mejor a tu público con el análisis de la audiencia*. Obtenido de LinkedIn: <https://es.linkedin.com/pulse/c%C3%B3mo-conocer-mejor-tu-p%C3%BAblico-con-el-an%C3%A1lisis-de-la-juan-marchesi-5to1f>
- Mejía, J. (24 de Mayo de 2021). *El sueño americano de las plataformas musicales*. Obtenido de Repositorio de la Pontificia Universidad Javeriana: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/57840/TG-Mej%C3%ADa%20Naranjo%20Juan%20Pablo.pdf?sequence=1>
- Minota, L. (6 de Abril de 2021). *¿Qué es el análisis de audiencias y por qué es importante?* Obtenido de Audiense: <https://recursos.audiense.com/es/blog/que-es-el-analisis-de-audiencias-y-por-que-es-importante>
- Muñoz, j. (2020). Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello. [Tesis de Grado]. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Antioquia. Obtenido de [https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/14964/1/T.C_Mu%C3%B1ozTabor daJohnMario_2020.pdf](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/14964/1/T.C_Mu%C3%B1ozTabor%20daJohnMario_2020.pdf)
- Neira, E., Clares, J., & Sánchez, Y. (2021). Nuevas dimensiones de audiencia en las plataformas de streaming. *Profesional de la información*, 30(1), 1-18. Obtenido de <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.13>
- Núñez, E. (8 de Enero de 2022). *¿Qué es un hábito? Todo lo que necesitas saber para lograr tus objetivos de vida*. Obtenido de Crehana: <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-es-un-habito/>
- Pedrero, L., Barrios, A., & Medina, V. (2019). Adolescentes, smartphones y consumo de audio digital en la era de Spotify. *Comunicar*, 60(27), 102-112. doi:<https://doi.org/10.3916/C60-2019-10>
- Peña, J. (2022). Spotify, un ejemplo de la convergencia en la música digital y su incidencia en los gustos. Una revisión integrativa. *HUMAN REVIEW*, 11(1), 1-7. doi:<https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.4359>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2020-2024. (2022). *Estudio de Impacto Ambiental*. Obtenido de Primax: https://losrios.gob.ec/folder/estudio_impacto_ambiental_es_babahoyo2.pdf
- Ridge, B. (13 de Diciembre de 2023). *Paso a paso: Cómo abrir mi cuenta de Spotify en otro dispositivo*. Obtenido de Medium Multimedia: <https://www.mediummultimedia.com/apps/como-abrir-mi-cuenta-de-spotify-en-otro-dispositivo/>
- Rincón, C., & Puyo, J. (2021). Spotify en camino a la innovación. (Tesis de grado). Universidad Santo Tomás, Bogotá. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/37952/2021cristianrincon.pdf?sequence=1>
- Rivera, S. (2020). Consumos streaming juveniles de música. El caso de los jóvenes consumidores de la Zona Metropolitana de Querétaro. *Revista de Ciencias Sociales Methaodos*, 8(2), 227-241.
- Riveros, J. (2018). Streaming: la renovación digital de la industria musical. [Tesis de Grado]. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Obtenido de

- <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/35778/TG%20-%20Riveros%20Mu%C3%B1oz,%20Jorge%20Ernesto.pdf?sequence=1>
- Salcedo, D., López, J., Fuentes, B., & Salcedo, D. (2022). La percepción sensorial, la cognición, la interactividad y las tecnologías de información y comunicación (TIC) en los procesos de aprendizaje. *Recimundo*, 6(2), 388-395. Obtenido de <https://www.reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/863/1264>
- Spotify. (28 de Mayo de 2024). *Obsesión y nostalgia: Los hábitos de streaming que hablan de tu público*. Obtenido de Spotify Advertising: <https://ads.spotify.com/es-ES/insights-y-noticias/obsesion-y-nostalgia-los-habitos-de-streaming-que-hablan-de-tu-publico/>
- Suppicich, F. (2021). Spotify: reflexiones acerca de su uso en el contexto de pandemia en el año 2020. *Revista RIDAA*, 8(1), 1-10. Obtenido de https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/3797/SocialesYVirtuales_2021_n8_articulos6_Suppicich.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Thingstad, J. (2023). The Impact of Spotify's AI-Driven Music Recommender on User Listener Habits. *[Tesis de Maestría]*. Universidad de Agder, Noruega. Obtenido de <https://uia.brage.unit.no/uia-xmlui/bitstream/handle/11250/3082199/no.uia%3ainspera%3a143809141%3a44758143.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Umaschi, S. (2019). La transición digital en la industria de la música: Caso Spotify. *[Tesis de Grado]*. Universidad de San Andrés, Buenos Aires. Obtenido de <https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16735/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.G.%20Cont.%20Umaschi%2C%20Sebasti%C3%A1n%20Ariel.pdf>
- Vernaza, J., & Rodríguez, J. (2022). Plataformas de streaming. *[Tesis de Grado]*. Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/24876/1/UPS-GT004348.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario de encuesta

ENCUESTA A CIUDADANOS POTENCIALES USUARIOS DE LA PLATAFORMA SPOTIFY EN EL CANTÓN BABAHOYO

Objetivo de la encuesta: Obtener información que permita el análisis de la audiencia de la plataforma Spotify en Babahoyo y a su vez conocer las percepciones y hábitos que tienen los usuarios de la misma.

Instrucciones: Esta encuesta tiene fines única y exclusivamente académicos; por lo cual, toda la información brindada guarda el principio de confidencialidad; no se expondrá ningún dato personal de los encuestados. En virtud de lo manifestado, le agradecemos se sirva en responder a las siguientes preguntas de manera objetiva.

Cuestionario

1. Señale con una equis el género al que pertenece

Masculino

Femenino

2. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

Entre 15 y 17 años

Entre 18 y 20 años

Entre 21 y 25 años

Entre 26 y 35 años

Más de 35 años

3. ¿Usted escucha música en la plataforma Spotify?

Sí

No

Nota: si su respuesta es sí, continúe con la encuesta

4. ¿Cuál es su género musical preferido que escucha en Spotify?

Balada Pop

Género urbano

Regional Mexicano

Rock

Otros

5. ¿Cuáles son sus actividades cotidianas en las que escucha música con mayor regularidad?

En la oficina

Mientras viajo

Mientras descanso en casa

Mientras realizo las tareas del hogar

Otras

6. ¿Con qué tipo de cuenta escucha música en Spotify?

Cuenta gratuita

Cuenta premium (de pago)

7. ¿Con qué frecuencia cambia el tipo de suscripción?

Siempre

Casi siempre

A veces

Casi Nunca

Nunca

8. ¿Cuán útiles considera las funciones de la plataforma Spotify?

Muy útiles

Útiles

Me es indiferente

Poco útiles

Nada útiles

9. ¿Cómo calificaría la relación calidad – precio de la plataforma Spotify?

Muy buena

Buena

Ni mala ni buena

Mala

Muy mala

10. ¿Cómo le parece el diseño y la estética de la plataforma Spotify?

Muy buena

Buena

Ni mala ni buena

Mala

Muy mala

11. ¿Considera que la plataforma Spotify brinda a sus usuarios facilidades para la búsqueda de canciones?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

12. ¿Con qué frecuencia escucha música en la plataforma Spotify?

- Todos los días
- De dos a tres veces por semana
- Un día a la semana
- Una vez cada quince días
- Una vez al mes

13. ¿Cada vez que se dispone a escuchar música en la plataforma Spotify, cuanto tiempo lo hace?

- Entre 10 y 20 minutos
- 30 minutos
- 45 minutos
- 1 hora
- Más de una hora

Anexo 2. Presupuesto

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Resma de papel	1	\$ 5	\$ 5
Tinta de impresora	4	\$ 5	\$ 20
Servicio de internet	1	\$ 25	\$ 25
Memoria USB	2	\$ 10	\$ 20
Bolígrafo	5	\$ 0,50	\$2.50
Carpetas	5	\$ 0.50	\$ 2.50
Trasporte	-	\$ 100	\$ 100
Alimentación	-	\$ 50	\$ 50
Gastos varios	-	\$25.00	\$ 25.00
Asesoría técnica	1	\$ 75	\$ 75
Total			\$ 325.00

Anexo 3. Evidencia fotográfica de seguimiento del proyecto



Anexo 4. Evidencia de encuestas en Google From

