



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

La comunicación disruptiva en el modelo de negocio SAAS aplicado en las plataformas de streaming Netflix y Spotify

AUTORA:

Katherine Yamilex Avilés Cercado

TUTOR:

Msc: Franklin Montecé Mosquera

BABAHOYO- LOS RÍOS

2020



DEDICATORIA

A Dios, fundamento, autor y centro de mi fe y carácter.

A Rocío Cercado. Madre, quien me impulsa con su estímulo y oración. A Pedro Macías. Padre, quien se tomó el papel y lo cumplió a cabalidad, por desempeñar ese rol tan genuinamente, aunque no lleve su apellido. A Amanda Avilés. Doblemente hermana, por ser mi crítica y compañera más sincera. A Hugo y Enma. Abuelos, quienes sé, sin duda alguna, que hubiesen estado elogiando todos mis pasos y aunque se fueron antes, les dedico mis logros. Siempre.

Gracias a ellos por su ayuda inestimable en la ardua tarea de forjar mi camino y acercarme hacia la excelencia. Sin duda alguna, cada esfuerzo que requiere inversión de tiempo y energía no puede realizarse sin el apoyo paciente y desinteresado de la familia.

Mi amor y gratitud de manera especial a cada uno de ellos.

Katherine Yamilex Avilés Cercado



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



AGRADECIMIENTO

Con gran aprecio, mi agradecimiento a quienes directa e indirectamente extendieron su apoyo a esta persona soñadora.

A mis tíos con su rol de apoyo incondicional, por elogiar y creer en mi potencial. A mi pastor, por sus constantes oraciones. A Isabel Valenzuela, mi abuela por su amor genuino. A mi amiga y compañera Stefany Meneses por su aliento, estímulo, predisposición, compañía y afecto en el transcurrir de los 5 años de estudio superior, por animarme con su espíritu soñador, por tanto. Muchas gracias.

A mi tutor, Msc: Franklin Montecé por ser guía en los avances de este proyecto y llevarlo a la excelencia.

Eternamente agradecida con ustedes.

Katherine Yamilex Avilés Cercado



RESUMEN

El Software as a service (SaaS) como modelo de negocio, no es otra cosa que un método de distribución que transmuta el servicio habitual o tradicional en un servicio digital individualizado. En otras palabras, dicho modelo ayuda a las empresas a mejorar su producción mediante un método conocido como suscripción y el alojamiento en la nube; en definitiva, es un proceso de innovación y transformación de la nueva era digital que certifica el facilitamiento y acceso a un sin número de variados servicios por medio de la web.

Para el debido tratamiento del proyecto se empleó el tipo de investigación descriptiva y explicativa, con las que se identifica y describe los factores influyentes en el objeto de estudio pretendiendo la generación de conceptos y teorías que parten desde trabajos antes estudiados que sirvieron como punto de partida para cumplir con el objetivo de conocer la importancia de la convergencia entre la comunicación disruptiva y el modelo SaaS que se aplican en las plataformas de Netflix y Spotify, conociendo las oportunidades que brindan.

Palabras clave: comunicación disruptiva, modelo de negocio saas, saas as a service, Netflix, Spotify, streaming, plataformas, innovación disruptiva.



SUMARY

Software as a service (Saas) as a business model is nothing more than a distribution method that transmutes the usual or traditional service into an individualized digital service. In other words, this model helps companies improve their production through a method known as subscription and cloud hosting; In short, it is a process of innovation and transformation of the new digital era that certifies the facilitation and access to a number of varied services through the web.

For the proper treatment of the project, the type of descriptive and explanatory research was used, with which the influencing factors in the object of study are identified and described, seeking the generation of concepts and theories that start from previously studied works that served as a starting point to meet the objective of knowing the importance of the convergence between disruptive communication and the SaaS model that are applied on the Netflix and Spotify platforms, knowing the opportunities they provide.

Keywords: Disruptive communication, SaaS Model Business, Saas AS Service, Netflix, Spotify, Streaming, Platforms, Disruptive Innovation.



TABLA DE CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN	7
II. DESARROLLO	9
II.1 JUSTIFICACIÓN	9
II.2 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	10
Objetivo General:	10
II.3 SUSTENTO TEÓRICO	11
GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO.	11
DESPLIEGUE DE LA DISRUPCIÓN	12
DISEÑO DEL MODELO SAAS	13
MODELO SAAS: VENTAJAS Y DESVENTAJAS	14
CARACTERÍSTICAS DEL SAAS	17
GENERALIDADES DE LA PLATAFORMA DE STREAMING NETFLIX	18
GENERALIDADES DE LA PLATAFORMA DE STREAMING SPOTIFY	20
II.4 TÉCNICAS APLICADAS	23
II.5 RESULTADOS OBTENIDOS	24
III. CONCLUSIÓN	26
IV. RECOMENDACIONES	27
V. BIBLIOGRAFÍA	28
VI. ANEXOS	30



I. INTRODUCCIÓN

La modernidad, los avances, la necesidad del ser humano por estar continuamente comunicado, la mejora en tecnologías ha hecho que las empresas, negocios y organizaciones se vean obligados a adaptarse a la nueva revolución de lo digital, las formas de consumo, las formas y manejos de información importante e incluso la manera de guardar datos relevantes de la empresa.

Entonces bien, si todo cambia, la única manera de mantener tu empresa a flote es adaptándose a las nuevas modalidades que se presentan continuamente, con el presente proyecto se pretende conocer si los cambios realizados en las plataformas de streaming ha beneficiado a los usuarios, ¿los usuarios están satisfechos con el modelo que utilizan estas plataformas? ¿cuál es el beneficio mayor que ellos consideran que brindan estas plataformas? Estas son algunas de las inquietudes que también se pretenden establecer a través del método de encuestas, y así, poder conseguir resultados objetivos, basados únicamente en la experiencia de los usuarios que utilizan Netflix y Spotify.

Así también, el proyecto está guiado por la sub-línea de investigación innovación y nuevas tecnologías en la comunicación. Para la correcta comprensión del objeto de estudio, se ha realizado una indagación precisa sobre la disrupción del modelo de negocio Saas en las plataformas de streaming, para de esta manera obtener la correcta comprensión de la importancia del presente estudio.

El proyecto a ejecutar presenta la siguiente estructura, dentro del sustento teórico se tratarán las siguientes temáticas: *generalidades del objeto de estudio, despliegue de la disrupción*, temáticas que buscan dar una visión ampliada de los que es la disrupción en la actualidad, junto a sus beneficios con la finalidad de que se obtenga la debida comprensión del proyecto. A su



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



vez, se abordan los temas: *diseño del modelo saas, ventajas y desventajas del modelo saas, características del saas*, mismos que pretenden dar una visión más amplia acerca de los que aborda este modelo de negocio. Y como última instancia se explica sobre: *generalidades de la plataforma de streaming netflix, generalidades de la plataforma de streaming spotify*, donde se conoce sobre la evolución de las mismas y cómo es el manejo de su modelo de negocio.

El modelo actual de la nube genera infinidad de beneficios, teniendo en cuenta que los modelos tradicionales de escuchar música, de ver videos, series o películas, era tedioso porque se realizaban las descargas de cada cosa que se quería ver o escuchar, esto generaba que el dispositivo en el cual se hacía la descarga, obviamente colapsara o su memoria se llenara, también se compraban o se alquilaban, discos de alto costo (para ello se tenía que tener el tocadiscos o alquilarlo también). El modelo actual revoluciona el modelo anterior, teniendo como premisa la facilidad de acceso a los contenidos que desee el usuario y desde distintos dispositivos y sitios web. Esto es lo que estamos viviendo con las plataformas de streaming de nuestro objeto de estudio como son: Netflix y Spotify.



II. DESARROLLO

II.1 JUSTIFICACIÓN

El presente estudio es de interés porque analizará la importancia de la comunicación disruptiva en cuanto al modelo de negocio Saas que es aplicado en las plataformas de streaming Netflix y Spotify, abarcará la evolución de los modelos de negocio, las ventajas y desventajas de la utilización del modelo Saas y por supuesto, las oportunidades que ofrece la disrupción en el ambiente o entorno digital, abordando las plataformas mencionadas con anterioridad.

La disrupción tecnológica ha venido creciendo a un ritmo que nunca antes se ha visto, todos aquellos canales de distribución, cual fuere su especialidad, están cambiando y la dimensión y velocidad de comercialización va en crecimiento continuo, de la misma manera, las formas en que los consumidores acceden a contenidos en los medios digitales sigue evolucionando.

El presente trabajo busca realizar un estudio que ayude a mostrar el alcance de la disrupción en los entornos digitales para el fortalecimiento, reconocimiento y posicionamiento de marca. A su vez, resulta pertinente conocer sobre los beneficios de este modelo en unión a la disrupción, puesto que, sin lugar a dudas la tecnología, los avances, y la digitalización avanzan a pasos agigantados, teniendo en cuenta aquello, resulta de gran utilidad conocer esta convergencia para que así pueda ser aplicada en las empresas, si ese fuera el caso. No podemos olvidar que hay grandes ejemplos de que la comunicación disruptiva aplicada en el modelo de negocio Saas, son la mejor opción para llevar al éxito tu marca.

En concreto, el valor intrínseco del estudio radica en la importancia de conocer sobre la comunicación disruptiva y los beneficios que ofrece el modelo de negocio Saas en distintas plataformas de streaming para el posicionamiento de marca en el mercado digital. Teniendo



como referencia las plataformas de Netflix y Spotify que sin duda alguna han revolucionado el mercado digital con su posicionamiento gracias a las estrategias brindadas por el Saas.

La presente investigación toma como referencia de valoración a la parroquia Barreiro del cantón Babahoyo, provincia de los Ríos que tiene una población aproximada de 6.500 habitantes, para conocer el grado de satisfacción que tienen los usuarios (consumidores) con el modelo actual que manejan estas dos plataformas de entretenimiento. El objetivo es conocer su criterio y validación mediante la implementación de encuestas, para así poder conseguir resultados objetivos, que serán basados únicamente en la experiencia de los usuarios que utilizan estas dos plataformas de streaming.

II.2 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General:

- ✓ Determinar la importancia y el alcance de la comunicación disruptiva en el modelo de negocio Saas (software as a service) aplicado en las plataformas de streaming: Netflix y Spotify, con la finalidad del reconocimiento de las oportunidades que brinda el servicio en el entorno digital.



II.3 SUSTENTO TEÓRICO

GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO.

En la actualidad la comunicación está sometida por tecnologías y redes sociales que constantemente están más activas y sumergidas a conmutaciones. En ese sentido, aquellos instrumentos técnicos nos obligan a estar pendientes y predispuestos a todo tipo de innovaciones que surgen en el ámbito digital, ya que absolutamente todo cambia o se transforma. Una empresa, negocio o medio no debe quedarse satisfecho solo con estar en un ambiente digital, sino también estar persistentemente analizando todas las alteraciones y las exigencias que aparecen en los usuarios, en los consumidores y en las innovaciones tecnológicas.

Entonces, existe una única forma de lograr llamar la atención en un mundo sobrecargado de tecnologías a diestra y siniestra, es indudablemente marcar la diferencia. Pero nos preguntamos, cómo logro aquello cuando la continua mejora tecnológica y la vorágine del internet han traído consigo transformaciones radicales en la modernidad actual.

La (RAE, 2019) define *disruptivo* como algo que produce una ruptura brusca, de modo que, la comunicación disruptiva ofrece el rompimiento del convencionalismo y pretende una transformación y cambio importante en la forma actual del entorno digital, su importancia radica en la necesidad de querer provocar un cambio exponencial y posicionar tu modelo de negocio, medio de comunicación o industria como líder en el ámbito que se manejen. Por consiguiente, se trata de salir de la zona de confort e impactar mental y emocionalmente en los usuarios o consumidores. Esta disrupción, como bien se ha mencionado, puede tener lugar en un medio o vía de comunicación, en un modelo de negocio o dentro de una industria del streaming.



Se puede señalar que esta última (industria de streaming) está basada en nuestro objeto de estudio, el Software as a service (SaaS) como modelo de negocio, no es otra cosa que un método de distribución que transmuta el servicio habitual o tradicional en un servicio digital individualizado. En otras palabras, dicho modelo ayuda a las empresas a mejorar su producción por medio de un método conocido como suscripción y el alojamiento en la nube; en definitiva, es un proceso de transformaciones e innovaciones de la nueva era digital que certifica el fácil acceso a un sin número de variados servicios mediante la web. Sin lugar a dudas, su éxito en distintas plataformas ha sido propicio para que muchos negocios comiencen a implementarlo y cambiar el modelo habitual.

DESPLIEGUE DE LA DISRUPCIÓN

Cuando se habla de innovaciones y, sobre todo, disruptivas, se conocen con este término a las iniciativas comerciales fáciles, beneficiosas, diferentes, eficientes y bien diseñadas que generan un rompimiento en las actividades habituales de un mercado y que debido a su impacto disponen de un elemento transformador en el sector o la industria en la que se desarrollan. Después de su irrupción, nada es igual, considerando que la comunicación disruptiva facilita a las empresas, en este caso, a las plataformas de streaming la apertura a un campo donde se brinda servicios o productos más simples, accesibles y ante todo económicos, esto juntamente con el modelo de negocio SaaS, como novedad, logra el posicionamiento y la competitividad.

Según (Tecnología, 2020) “La disrupción ocurre por tanto cuando las empresas emergentes usan nuevas tecnologías o nuevos modelos de negocio y superan en el mercado a las que hasta entonces eran las líderes.”

De manera que, lo que tienen en común las tecnologías disruptivas es que perfeccionan la ejecución de productos ya establecidos, los mejoran y los llevan al éxito. Algunas de estas



tecnologías pueden ser discontinuantes, como se ha dicho antes, interrumpen el modelo tradicional para mejorarlo en su totalidad, mientras que otras pueden ser radicales.

DISEÑO DEL MODELO SAAS

Según el (NIST, 2011) La computación en la nube es un modelo para permitir el acceso a la red a pedido, conveniente y ubicuo a un grupo compartido de recursos informáticos configurables (por ejemplo, redes, servidores, almacenamiento, servicios y aplicaciones) que se pueden aprovisionar y librar rápidamente con un mínimo o escaso esfuerzo de interacción o administración del proveedor de servicios.

Normalmente las empresas utilizaban un modelo con licencia, cuyo periodo de utilidad era limitado y únicamente para pocos usuarios y en el caso de máquinas, una o dos. Mientras tanto, el software como servicio no necesita de una licencia, sino que se maneja el método de suscripción por meses o años, y lo mejor de todo esto, es que el usuario puede dejar de usar dicho servicio cuando a él le parezca más adecuado o desee, esto gracias a que no existen contrataciones permanentes.

El saas como bien se ha mencionado con anterioridad, es un servicio con un nivel muy alto de accesibilidad, costo y beneficios que brinda al usuario la oportuna y fácil accesibilidad mediante la recolección de datos en la nube a distintos dispositivos móviles, esto genera flexibilidad y menos costos de inversión.



MODELO SAAS: VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Como lo dice (Piedrahita, 2006) “La tecnología como elemento fundamental para la instauración y el sostenimiento de la ventaja competitiva en un mercado debe ser administrada de manera estratégica por cada empresa.”

Dentro de cada uno de los campos de la vida existen aspectos positivos y otros no tan favorables, que deben ser regidos de una forma estratégica para el correcto desempeño de las funciones, así pues (Ionos, Digital Guide Ionos, 2019) muestra algunas de las ventajas que tiene el Software as a Service.

- **Rápida puesta en funcionamiento y prestación de servicios para clientes:** En este punto el cliente únicamente debe conectarse para comenzar a trabajar, si necesidad de adjudicar licencias
- **El mantenimiento por parte del proveedor supone un alivio para los trabajadores:** el departamento de informática ya no se tiene que preocupar por instalaciones, actualizaciones o mantenimientos y así dedicar sus tiempo y recursos a tareas realmente importantes.
- **Integración sencilla de nuevos trabajadores:** lo único que se hace es realizar un nuevo registro en el recurso web, que ayudara que los empleados recién llegados pueden empezar con anterioridad el desempeño de sus tareas.
- **Utilización de los servicios desde diferentes dispositivos, fijos o móviles:** Esto también facilita considerablemente la oportunidad de trabajar desde casa.
- **El manejo de arquitectura en la nube brinda a todos los clientes los mismos estándares de seguridad:** esto gracias al almacenamiento de todos y cada uno



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



de los datos en un servidor en la nube, así cada vez se generan menos pérdidas de datos debido a problemas de hardware o software.

- **Las funciones y actualizaciones se implementan más rápido:** Esto les da una garantía a los clientes de que los servicios siempre estén actualizados, gracias a que el fabricante es quien tiene el control del software.
- **Asesoramiento al usuario/consumidor:** gracias a la opción de pago individual se pueden gestionar todos los gastos eficientemente.

Varios autores afirman que:

La Nube despliega una gama de soluciones tecnológicas al mercado, permitiendo ofertar y utilizar servicios informáticos ya sean públicos o privados, gratuitos o con algún costo de operación, con la finalidad de cumplir con sus objetivos, mejorar la productividad, mejorar sus servicios, reducir costos, entre otros beneficios, facilitando de esta manera el acceso bajo demanda. Todo esto, sin la preocupación de que los servicios tengan que ser instalados en el ambiente local del usuario, eliminando el costo y esfuerzo por instalación, mantenimiento y actualizaciones.

(Ruíz, Santaolaya, Fragoso, Álvarez, & Rojas, 2019)

Algunos de los peligros más comunes de los sistemas que se manejan dentro de la nube, según lo dice (Ionos, Digital Guide Ionos, 2019) son:

- **Transferencia de datos a los proveedores:** el tema de seguridad de los fabricantes en la nube aún sigue siendo una cuestión compleja porque los ataques de los hackers, fuga de datos, están fuera del control de los proveedores o usuarios.



- **Peligros por la anulación o rescisión de los servicios:** en caso de algún problema insolvente, el servicio puede ser afectado y también en algunos casos los datos pueden ser perdidos. Aun así, es en probabilidad mínima y los proveedores regularmente suelen brindar a los usuarios tiempo suficiente para el debido respaldo y protección de sus datos y documentos.
- **Se requiere una conexión a Internet segura y constante:** todo el producto es manejado en línea, por lo que es indispensable que exista una excelente conectividad a internet, sino es muy probable que se ralentice la carga de herramientas
- **El software no puede ser utilizado durante los tiempos de inactividad:** esto suele darse gracias a los trabajos de mantenimiento o fallas en el servidor
- **Se requiere que exista compatibilidad con navegadores y sistemas operativos:** los rendimientos de las instrumentos o herramientas suelen ser diferentes dependiendo de los navegadores que sean utilizados y también suelen producirse problemas de compatibilidad referente a los sistemas operativos.
- **Poner en funcionamiento un software sin terminar:** esto se da debido a que el SaaS no se produce y tampoco se comercializa de manera tradicional, los proveedores o fabricantes de SaaS pueden verse tentados a lanzar su software en un estado demasiado temprano de desarrollo.

En el estudio de “modelo de orquestación dinámica por flujos de trabajo del software como servicio”, los autores afirman lo siguiente: “En el SaaS un desafío que requiere ser abordado en su totalidad es la disponibilidad de los servicios, que integran el flujo de trabajo, para garantizar el funcionamiento correcto de la aplicación del consumidor del servicio.”

(Santaloaya, Fragoso, Álvarez, & Rojas, 2019)

CARACTERÍSTICAS DEL SAAS

Una de las características esenciales de este modelo de negocio es que el usuario/consumidor hace un solo pago por lo que usa, Emiliano Nieto en su estudio “Diseño de aplicaciones SaaS sobre plataformas de Cloud Computing” afirma: “Debido a esta característica, el consumidor no compra un producto, sino que renta un servicio por un tiempo determinado y solo paga por el uso que le dé al mismo dentro del tiempo estipulado.” (Nieto, 2013)

Otras características son mencionadas muy apropiadamente por el cloud computing américa (proveedor de soluciones líderes de TI por demanda) así:



Ilustración 1 Características del modelo de negocio Saas (América, s.f.)

Lo que busca este modelo es reducir los costes de inversión en instalación de hardware, progreso interno, sustento y equipo humano que son realizados por la empresa contratante.

Better Buys, citado en (Masvoz, 2016) y en conformidad con el estudio “The State of SaaS 2016”, menciona: “la inversión en SaaS se está incrementando, y continuará haciéndolo



durante la próxima década desde los 8.000 millones de dólares de 2015, hasta los 55.000 millones de dólares estimados para el año 2026.”

En un estudio realizado por Better Buys sobre “Report on the state of saas” menciona una pregunta que es respondida dentro del mismo estudio, y es la siguiente:

¿Qué está impulsando este crecimiento expansivo? Los cambios en la tecnología, en particular los dispositivos móviles y la dependencia de lo digital, según el gigante de la investigación tecnológica Gartner. Los modelos de suscripción ahora representan más del 50 por ciento de las nuevas implementaciones de software en comparación con las licencias tradicionales en las instalaciones. (Buys, 2016)

Haciendo una relación con todo lo antes mencionado, tanto la comunicación disruptiva y el modelo de negocio Saas, se ha tomado como referencia dos plataformas de streaming para ser analizadas gracias a su implementación del modelo de negocio en la nube saliendo de lo tradicional, de la misma manera se ha tomado como referencia las mismas en virtud de que son plataformas con más reconocimiento y las más utilizadas, teniendo más de 100 millones de suscriptores respectivamente.

GENERALIDADES DE LA PLATAFORMA DE STREAMING NETFLIX

Netflix en su blog corporativo se cataloga como: “El principal servicio de entretenimiento por streaming en el mundo” (Netflix , 2015) misma que lidera el camino del mundo digital desde 1997, superando los 193 millones de usuarios que disfrutaban de las series de TV, películas en una variedad de géneros e idiomas y documentales.

Cronología de Netflix



1997-2001

Netflix comienza con el alquiler de películas, lanzando su primer sitio de alquiler de ventas de DVD, posteriormente en 1999 lanza un servicio de suscripción, que ofrece alquileres de DVD ilimitados a un precio mensual bajo y accesible. Ya para el año 2000 esta plataforma introdujo un sistema personalizado de recomendación de películas, que usa la calificación de sus miembros para predecir con exactitud opciones para todos.

2002-2006

Se hacen ofertas públicas lo que genera el aumento de miembros a un total de 4.2 millones de usuarios.

2007-2011

Justo en el año 2007 Netflix toma el riesgo de introducir el streaming, lo que permite que los usuarios puedan ver programas de TV y películas al instante en sus computadoras personales. Posteriormente se asocia con compañías de electrónica de consumo para hacer streaming. Para el 2010 Netflix está disponible en dispositivos conectados a internet, y lanzando el servicio en Latinoamérica, el Caribe y Canadá en el 2011.

2012-2016

Su disponibilidad en diferentes países crece en gran manera, estrenando listas de series originales, gana premios importantes como: Prime time Emmy en Ingeniería, en el 2012 y teniendo más de 50 millones de miembros en todo el mundo para el 2014. Para el 2016 Netflix se encuentra disponible en todo el mundo, estrenando largometrajes, series, películas de su autoría y que se convirtieron en fenómenos muy aclamados alrededor del mundo. Actualmente



esta plataforma suma más de 100 millones de suscriptores alrededor del mundo. (Netflix , 2015)

GENERALIDADES DE LA PLATAFORMA DE STREAMING SPOTIFY

A lo largo de la historia, las diferentes tecnologías, formas y formatos de reproducción de música ha ido evolucionando y cada nueva innovación fue dejando atrás a los modelos tradicionales y fueron desarrollando a su vez, nuevos modelos de negocio y consumo. Como lo dice Luis E. ALONSO en “La era del consumo Madrid, Siglo XXI”: “El consumo se ha convertido, pues, en una esfera de la ciudadanía. Los nuevos movimientos de consumidores son, asimismo, nuevos movimientos sociales cívicos, que creen en una ciudadanía y una igualdad complejas y las defienden.” (Alonso, 2005, pág. 234)

En este sentido, según Sebastián Umaschi, autor de “La transición digital en la industria de la música: Caso Spotify”, dice: “La cultura ha cambiado hacia el mundo digital, y la música fue una de las primeras que comenzó este cambio. No solamente se ha modificado el negocio, sino que también la experiencia de los consumidores para acceder y escuchar contenidos.” (Umaschi, 2019)

Así pues, el modelo SaaS (Software as a service) vino a revolucionar el mundo de la música, más precisamente, la forma de escuchar música, pasando del vinilo, el cassette, los CDs (que generaban costos altos, porque para reproducir los cassettes o los CDs, tenías que obtener las máquinas reproductoras de música) a formas tecnológicas de escuchar música, porque mientras hay avances, la cultura camina hacia el mundo digital.

Esto hace la disrupción combinado con el modelo de negocio Saas, transformar la manera tradicional de hacer algo, innovarlo, mejorarlo, y traer al éxito todo negocio que lo aplique. El



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



truco está en avanzar conforme la sociedad y la tecnología demanden, es por ello que la forma de escuchar música ahora es a través de streaming, que no es otra cosa que escuchar un sin número de músicas que sean de tu agrado a través de la vía online, en cualquier formato y sin tener que hacer descargas en los dispositivos.

Spotify se aventuró con esta modalidad, lo que resultó de manera excelente y esto lo afirma Sara Palazón cuando dice que Spotify: “se ha convertido en la referencia musical por excelencia gracias a la implantación del concepto de tener música al momento y en cualquier sitio.” (Villarino, 2019)

El Software as a service aloja todo tipo de información referente a música en un sistema de alojamiento en la nube (formato que utiliza Spotify) lo que permite que varios usuarios puedan escuchar una misma música desde diferentes dispositivos móviles, esta convergencia en tecnología ha venido a revolucionar la manera en cómo se escuchaba música, ahora de una manera más fácil, accesible, sin gastar cantidades gigantescas de dinero. Lo que hace Spotify, o más bien, el sistema as a service en la plataforma, es usar audios de transmisión continua para que el contenido (música) pueda ser entregada a los usuarios digitalmente. Algo muy importante dentro de esta plataforma es que los usuarios pueden administrar las protecciones de copia de seguridad, esto gracias al saas y su alojamiento en la nube.

En el estudio de “Spotify, gigante de la música en streaming, sigue sin beneficios constantes”, Sara Palazón afirma:

Una de las fuentes de ingreso de Spotify proviene de la cantidad mensual que pagan los usuarios Premium. También obtiene ingresos por la publicidad que escuchan los usuarios Premium, es decir, los que sólo cuentan con la versión



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



gratuita de la aplicación. Cabe destacar que el 11,7% de sus ingresos proceden de la publicidad, según los últimos datos que ofreció la compañía.

(Villarino, 2019)

Como se ha explicado en los apartados anteriores el beneficio que brinda el modelo de negocio Saas, es sin duda alguna, uno de los mejores en su ámbito y continúan en crecimiento dentro de las industrias de video y música, haciendo que estas y otras industrias más puedan dirigirse hacia las soluciones Saas, y pasar del modelo tradicional a uno que rompe aquellos esquemas y posiciona la empresa en el éxito.



II.4 TÉCNICAS APLICADAS

Se aplicó el tipo de investigación descriptiva y explicativa, con las que se identifica y describe los factores influyentes en el objeto de estudio. Para el tratamiento del presente proyecto se empleó la modalidad cualitativa, pretendiendo la generación de conceptos y teorías que parten desde trabajos antes estudiados que sirvieron como punto de partida para el correcto trabajo de investigación. A demás, como técnica aplicada se realizó una encuesta a usuarios que utilizan las plataformas de streaming Netflix y/o Spotify de la parroquia Barreiro del Cantón Babahoyo, con la finalidad de obtener datos objetivos desde sus perspectivas y experiencia con estas dos plataformas.

Se pretende que, con las técnicas y métodos aplicadas, el presente estudio sea propicio para la creación de nuevas interrogantes y a su vez nuevos estudios, induciendo la exploración de nuevas investigaciones.



II.5 RESULTADOS OBTENIDOS

El actual trabajo de investigación está sustentado a través de la recolección de datos basados en el objeto de estudio, obteniendo resultados satisfactorios, donde se logró profundizar, reflexionar y conocer sobre las partes más importantes del tema en cuestión, datos que arrojaron como resultado los beneficios de la disrupción en el modelo de negocio Software as a service (saas) implícito en las plataformas de streaming Netflix y Spotify, conociendo sobre la revolución que se generó en sus plataformas con la utilización de este modelo, llegando a posicionarlos como líderes en la industria del entretenimiento y de la música respectivamente, pasando del modelo tradicional con altos costes por consumo a un modelo totalmente digital, con facilidades de conexión, de descargas, de inmediatez, y conectividad desde diversos dispositivos móviles.

Teniendo en cuenta el objeto de estudio y la finalidad planteada dentro de la investigación, se establece que la población correspondiente a este estudio, estará conformada por los habitantes de la parroquia Barreiro del cantón Babahoyo, misma que consta con una población de 6.500 habitantes, considerando un margen de confiabilidad del 95%, una probabilidad de éxito del 50% y una probabilidad de fracaso del 50% y un 5.00% de error, obteniendo como resultado un total de 125 encuestados, que confirman el objetivo subyacente del proyecto, mismo que consiste en determinar la importancia del objeto de estudio y reconocer las oportunidades que brinda el mismo. Los valores son representados de la siguiente manera:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



PARAMETRO	GENERAL
N: Población	6.500
Z: Distribución de confianza	1.96
P: Probabilidad de éxito	50.00%
Q: Probabilidad de fracaso	50.00%
E: Porcentaje de error	5.00%
Total de personas a encuestar:	125

Los resultados obtenidos son: los encuestados prefieren en un 60% manejar las plataformas de streaming y un 55% presentan satisfacción con el modelo actual. La gran mayoría de encuestados afirma en un 63% que el servicio que actualmente manejan las plataformas: Netflix y Spotify, es de muy alta calidad. Por los resultados obtenidos de las encuestas se puede evidenciar que se logró determinar la importancia y el alcance de la comunicación disruptiva en el modelo de negocio Saas desde su implementación en estas dos plataformas de streaming. Se ha evidenciado muy satisfactoriamente las oportunidades que brinda el servicio en el entorno digital. Con el tratamiento del proyecto se ha obtenido la verificación de que implementar alternativas tecnológicas nuevas y a su vez modelo nuevos y beneficiosos, es lo que lleva a las empresas al éxito.



III. CONCLUSIÓN

En el presente estudio se analizó la comunicación disruptiva en el modelo de negocio saas aplicada en las plataformas de streaming: Netflix y Spotify. Se puede colegir que la comunicación disruptiva aplicada en el modelo de negocio Saas ha sido de real importancia pretendiendo un cambio drástico en el modelo actual de las plataformas de entretenimiento digital.

En concreto, no hay duda de que el Software as a Service es un modelo de negocio que promete un futuro esperanzador y favorable para las empresas que lo utilicen, no obstante, el modelo de negocio aún tiene que vencer algunos retos que ya fueron mencionados en el despliegue del proyecto, sin embargo, eso no desfavorece las soluciones, beneficios y estrategias brindadas.

De manera que Umaschi describe muy bien el cambio ventajoso que ofrece la disrupción: La disrupción digital ha cambiado el modo de hacer negocios para muchas industrias. En la música, estos cambios han reconfigurado la industria y a su cadena de valor. Como se explicó en el trabajo antecedente, a partir de la década del 2000 con el advenimiento de Internet y nuevas tecnologías, la industria cambió rotundamente, desde un modelo liderado por las ventas físicas hacia la música digital. Los cambios no hubieran sido posibles sin la entrada de nuevos competidores ofreciendo servicios como la venta de música digital o el streaming. (Umaschi, 2019).

Se pudo determinar, como lo dijo Ruíz y otros autores en su estudio “Modelo de orquestación dinámica para SaaS” que este modelo: “es comúnmente utilizado hoy por los consumidores y, dado su impacto en la economía y en la solución de problemas comerciales, se prevé que tenga un crecimiento considerable en los próximos años.” (Ruiz, y otros, 2017)



IV. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las empresas, plataformas de streaming, marcas, etc., tener en cuenta todas aquellas nuevas tecnologías que vienen o están revolucionando el mundo actual y prepararse para un crecimiento que los dirija al éxito rotundo.
- Se recomienda a las plataformas de streaming nuevas en la industria que tomen en cuenta los crecimientos y el modelo de negocio que han implementado Netflix y Spotify para tener un marco de referencia de lo que se debe hacer para alcanzar las metas y objetivos propuestos.
- Así también, se recomienda a las plataformas de streaming, tomar en cuenta todas aquellas falencias o desventajas que se generan en los modelos de negocio en la nube, para evitar pérdidas de datos o información importante debido a fallas en el sistema.



V. BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, L. E. (2005). *La era del consumo*. Madrid: RIS, VOL. LXVI, N° 49. Recuperado el 30 de agosto de 2020, de <http://designblog.uniandes.edu.co/blogs/dise2307/files/2014/10/Era-del-consumo-Alonso.pdf>
- America, C. C. ("s.f."). *Cloud Computing America* . Obtenido de Cloud Computing America : <https://www.cloud-america.com/que-es-saas.html>
- América, C. C. (s.f.). *Cloug Computing América* . Obtenido de Cloug Computing América : <https://www.cloud-america.com/que-es-saas.html>
- Buy, B. (2016). *Better Buys*. Recuperado el 01 de Septiembre de 2020, de Better Buys: <https://www.betterbuys.com/the-state-of-saas/>
- Ionos, D. G. (12 de marzo de 2019). *Digital Guide Ionos*. Recuperado el 31 de agosto de 2020, de Digital Guide Ionos: <https://www.ionos.es/digitalguide/servidores/know-how/que-es-saas/>
- Ionos, D. G. (12 de marzo de 2019). *Digital Guide Ionos*. Recuperado el 31 de agosto de 2020, de Digital Guide Ionos: <https://www.ionos.es/digitalguide/servidores/know-how/que-es-saas/>
- Masvoz. (29 de diciembre de 2016). *Masvoz*. Recuperado el 30 de agosto de 2020, de Masvoz: <https://www.masvoz.es/blog/saas-se-convertira-en-la-tecnologia-mas-disruptiva-en-2020/>
- Netflix . (2015). *Netflix* . Obtenido de Netflix : <https://media.netflix.com/es/company-blog>
- Netflix. (s.f). *Netflix*. Recuperado el 30 de agosto de 2020, de Netflix: <https://media.netflix.com/es/>
- Nieto, E. (9 de septiembre de 2013). *Sedici*. Recuperado el 01 de septiembre de 2020, de Sedici: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/46834/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- NIST. (28 de septiembre de 2011). *The NIST Definition of Cloud*. Recuperado el 31 de agosto de 2020, de The NIST Definition of Cloud: <https://csrc.nist.gov/publications/detail/sp/800-145/final>
- Piedrahita, E. (2006). LA EVALUACIÓN DE TECNOLOGÍA, UN PROCESO ESTRATÉGICO Y ESTOCÁSTICO. *Revista EIA*. Recuperado el 31 de agosto de 2020, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-12372005000100006
- RAE. (2019). *Real Academia Española*. Recuperado el 30 de agosto de 2020, de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/disruptivo>
- Ruiz, Fabián, Sergio, Santaolaya, René, Díaz, F., & G., O. (2017). Modelo de orquestación dinámica para SaaS. *Revista Ingenierías Universidad de Medellín*, 143-153. Recuperado el 02 de Septiembre de 2020, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-33242017000200143&lang=es
- Ruiz, Santaolaya, Frago, Álvarez, & Rojas. (15 de Octubre de 2019). Scielo. *Modelo de orquestación dinámica para flujos de trabajo del software como servicio*. México. Recuperado el 02 de Septiembre de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-77432019000300010&lang=es
- Santaloaya, R., Frago, Álvarez, & Rojas. (15 de Octubre de 2019). Modelo de orquestación dinámica para flujos de trabajo del software como servicio. México. Recuperado el 02 de Septiembre de



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-77432019000300010&lang=es

Tecnología, L. C. (2020). *LN Creatividad y Tecnología*. Recuperado el 30 de agosto de 2020, de LN Creatividad y Tecnología: <https://www.luisan.net/blog/marketing/innovacion-disruptiva#:~:text=El%20concepto%20de%20%20E2%80%9CInnovaci%C3%B3n%20Disruptiva,algo%20residual%20o%20como%20una>

Umaschi, S. (mayo de 2019). La transición digital en la industria de la música:. Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 31 de agosto de 2020, de <http://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16735/1/%5bP%5d%5bW%5d%20T.G.%20Cont.%20Umaschi%2c%20Sebasti%c3%a1n%20Ariel.pdf>

Villarino, S. P. (30 de Mayo de 2019). *Depósit digital de documents de la UAB*. Recuperado el 01 de Septiembre de 2020, de Depósit digital de documents de la UAB: https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2019/213329/TFG_Palazon_Villarino_Sara.pdf

VI. ANEXOS

Preguntas

1: A la hora de visualizar un video o escuchar música ¿prefieres plataformas de streaming o lo tradicional?

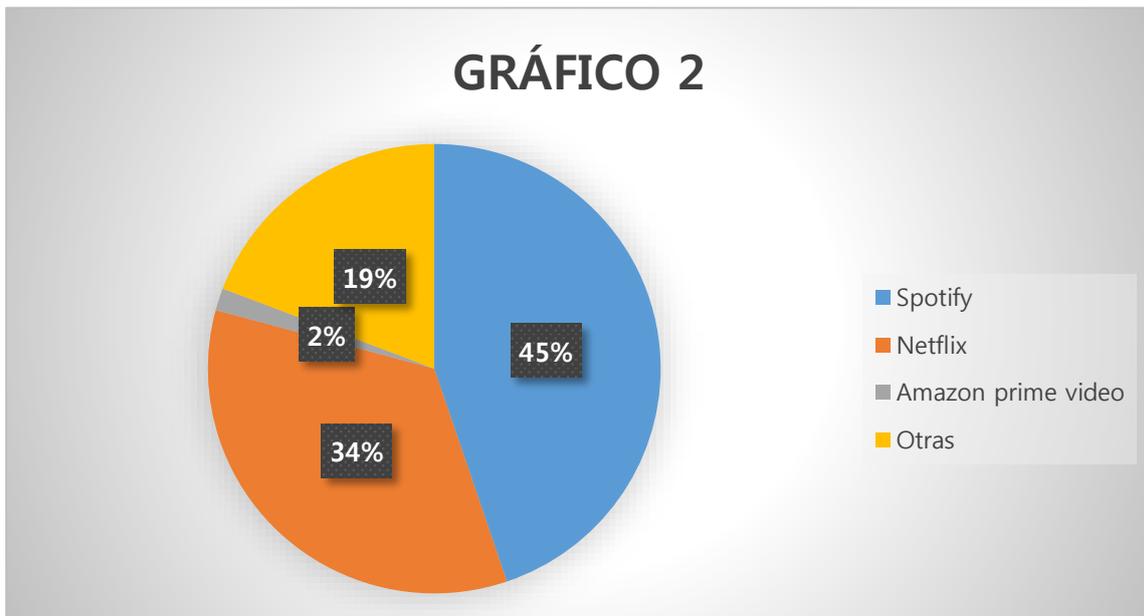
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Streaming	64	60%
Tradicional	61	40%
Total	125	100%



Análisis: El 60% de los encuestados mostraron preferencia de consumo en las plataformas de streaming, mientras que, el 40% solo prefieren lo tradicional.

2: ¿Qué operadora de streaming usted utiliza?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Netflix	56	34%
Spotify	43	45%
Otras	24	19%
Amazon Prime Video	2	2%
Total	125	100%

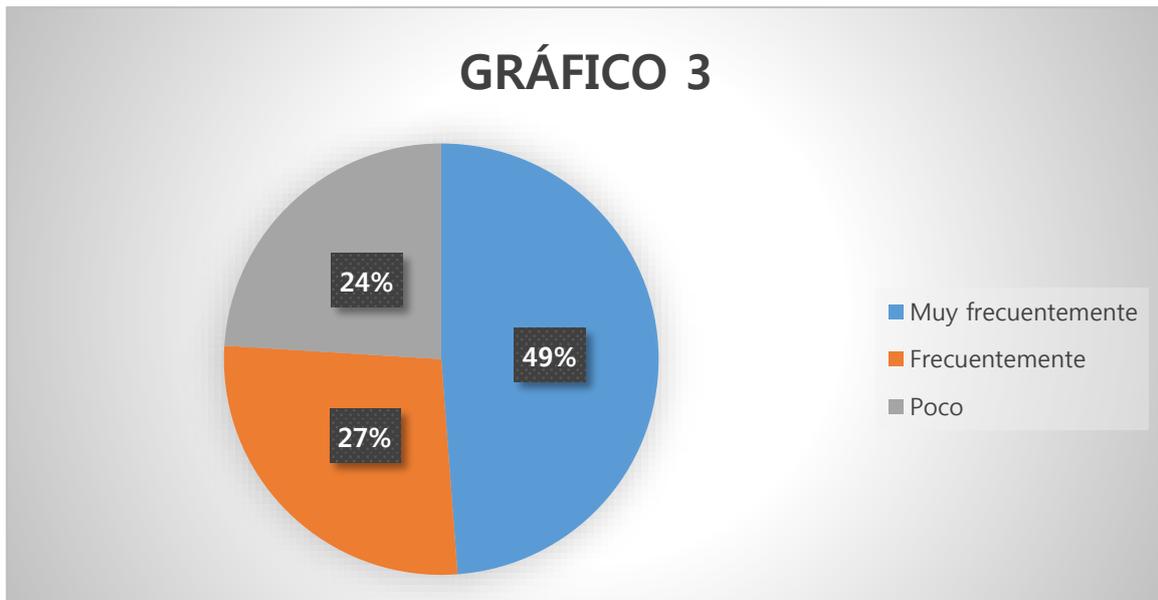


Análisis: El 45% de los encuestados respondieron que utilizan la operadora de Spotify, el 34% de ellos respondieron que utilizan Netflix, un 19% contestó que utilizan otras operadoras, y solo un 2% de ellos utilizan la operadora de Amazon prime video.

3: Con qué frecuencia utiliza su servicio de streaming?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
-----------	------------	------------

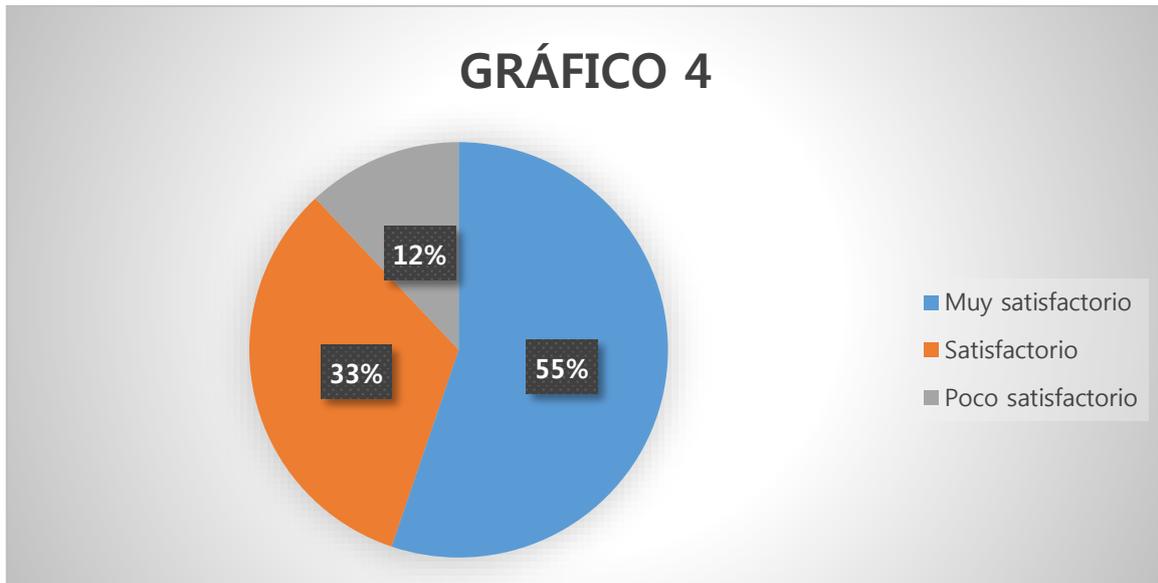
Muy frecuente	61	49%
Frecuentemente	34	27%
Poco	30	24%
Total	125	100%



Análisis: El 49% de las personas encuestadas respondieron que utilizan el servicio de streaming muy frecuentemente, el 27% de ellos respondió que utilizan este servicio frecuentemente, mientras que el 24% respondió que poco utilizan el servicio de streaming.

4: Hay satisfacción con el modelo actual de estas plataformas de streaming?

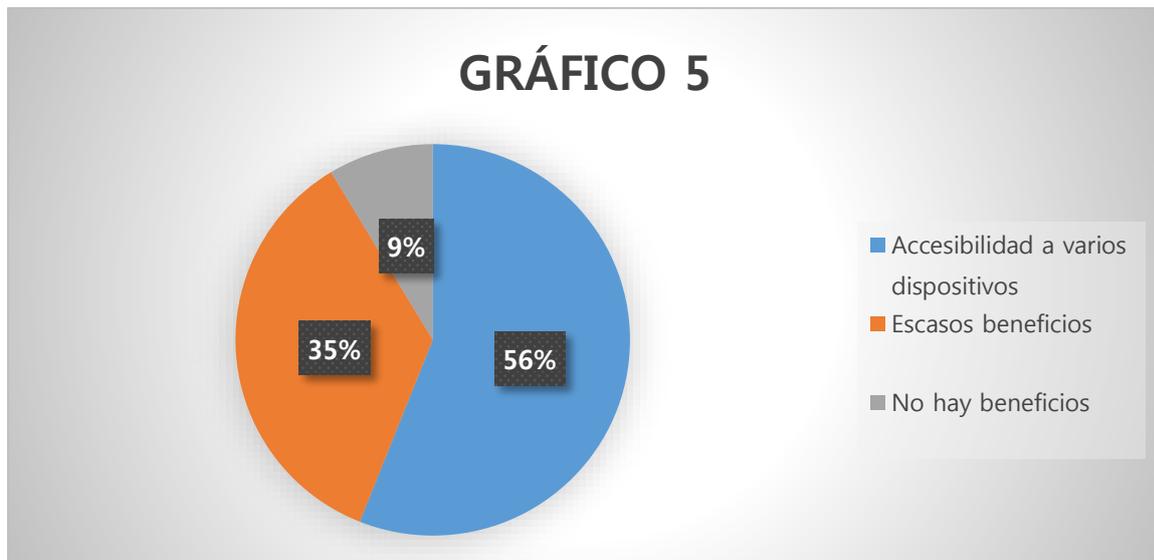
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfactorio	69	55%
Satisfactorio	41	33%
Poco Satisfactorio	15	12%
Total	125	100%



Análisis: El 55% de las personas encuestadas contestaron que encuentran muy satisfactorio el modelo actual de estas plataformas de streaming, un 33% de ellos contestaron que es satisfactorio el modelo, en tanto que solo el 12% de los encuestados contestaron que el modelo es poco satisfactorio.

5: ¿Considera que estas plataformas tienen beneficios con su modelo actual de suscripción?

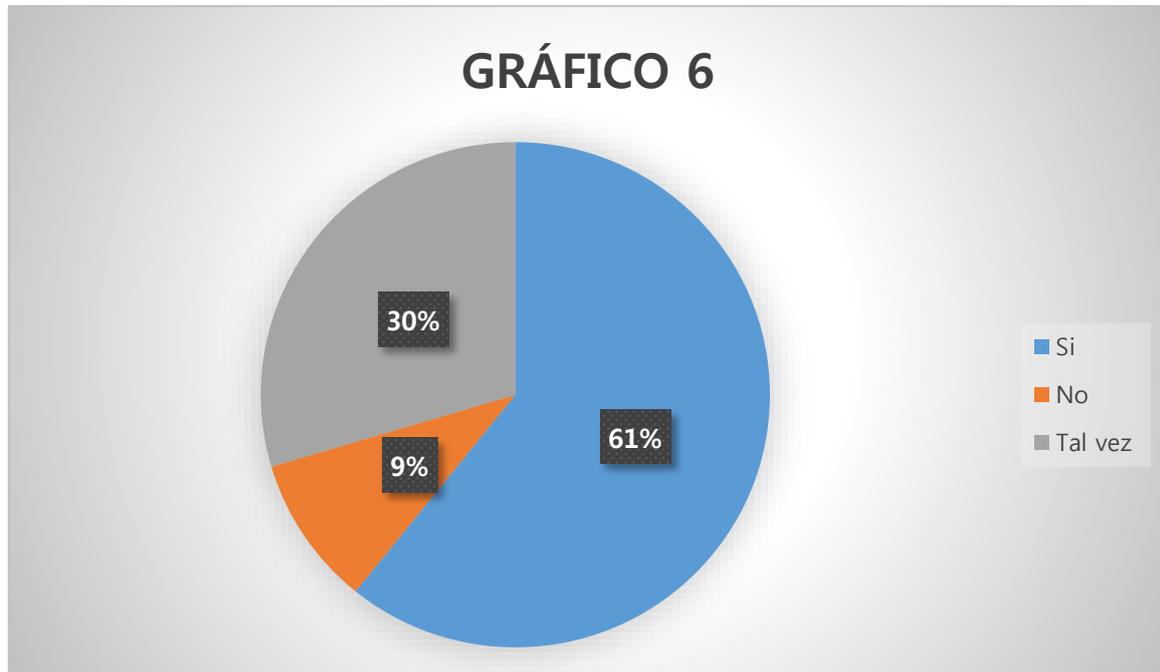
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Accesibilidad a varios dispositivos móviles	65	56%
Escasos beneficios	41	35%
No hay beneficios	10	9%
Total	125	100%



Análisis: El 56% de los encuestados consideran que estas plataformas tienen beneficios con su modelo actual de suscripción con accesibilidad a varios dispositivos, un 35% respondió que tiene escasos beneficios, y solo un 9% contestó que no hay beneficios en el modelo actual de suscripción.

6: ¿El modelo de suscripción es lo que toda plataforma de streaming debería utilizar?

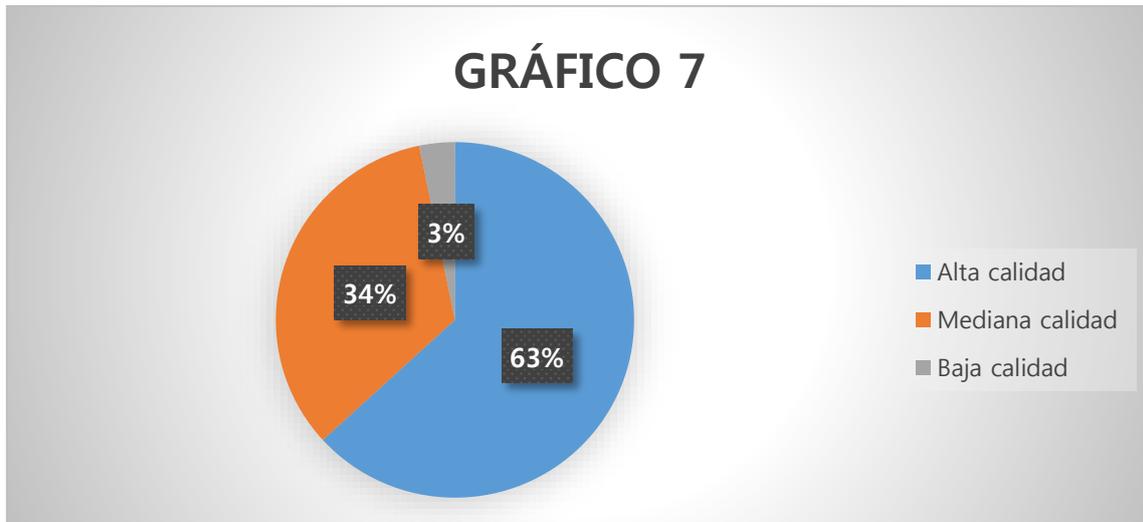
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	61%
No	37	30%
Tal vez	12	9%
Total	125	100%



Análisis: El 61% de las personas encuestadas respondieron que el modelo de suscripción sí es lo que toda plataforma de streaming debería utilizar, mientras que, un 30% contestó que tal vez y solo un 9% contestó que no.

7: ¿Cómo califica la calidad del servicio que actualmente tiene?

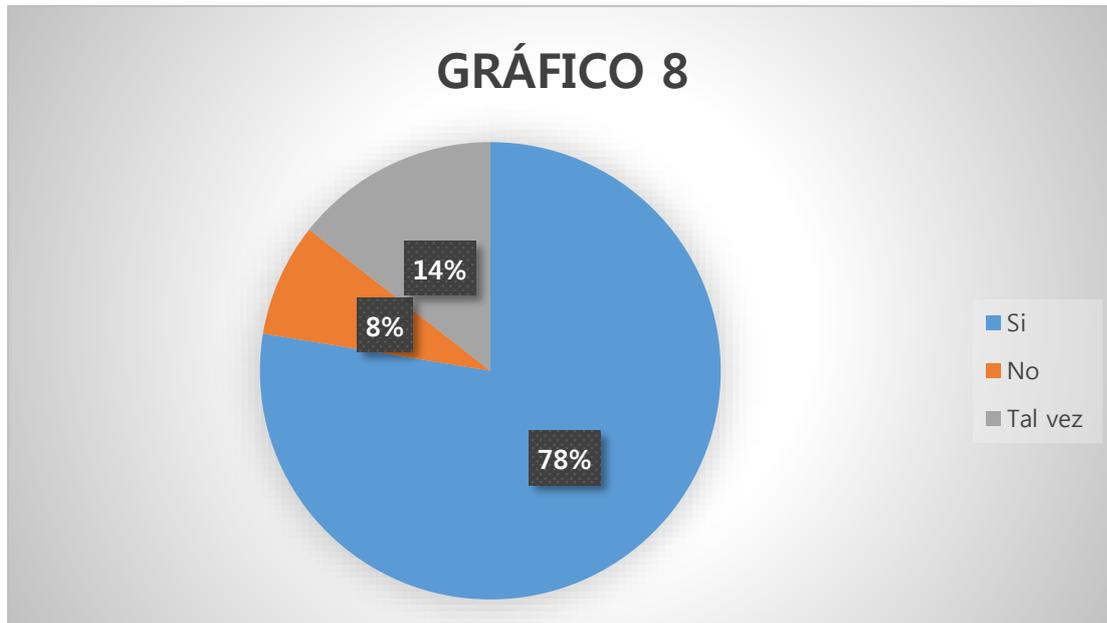
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Alta calidad	79	63%
Mediana calidad	42	34%
Baja calidad	4	3%
Total	125	100%



Análisis: El 63% de las personas encuestadas respondió que califican con una alta calidad al servicio que actualmente tienen, mientras que un 34% respondió que califican con mediana calidad y solo un 3% califican con baja calidad.

8: ¿Considera que una de las ventajas del modelo de suscripción es el fácil acceso desde cualquier dispositivo móvil?

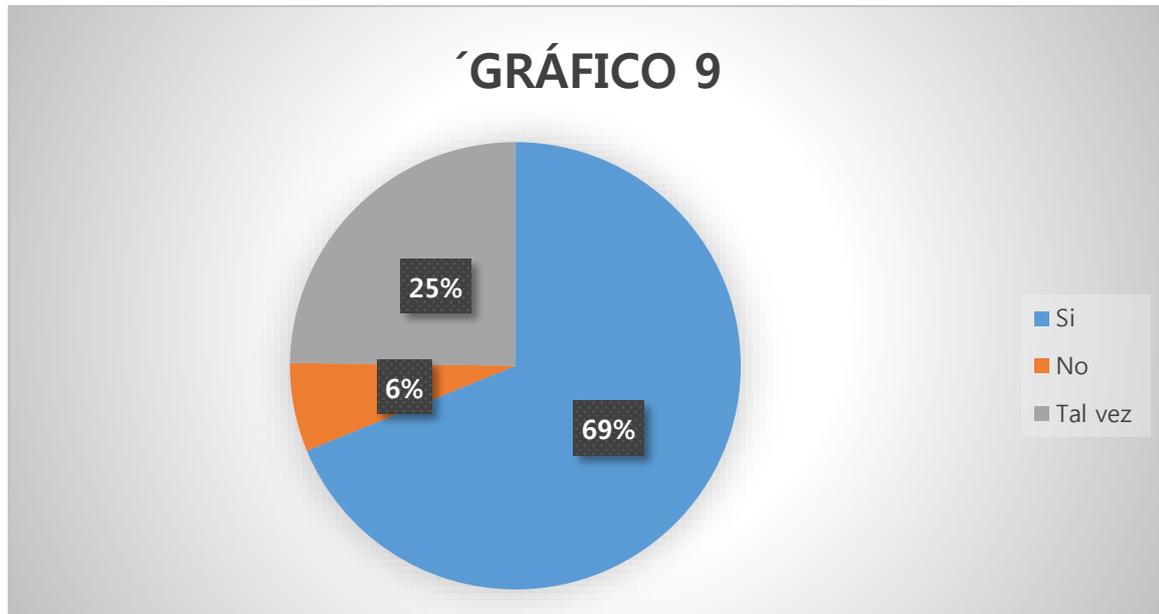
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	97	78%
No	18	14%
Tal vez	10	8%
Total	125	100%



Análisis: El 78% de las personas encuestadas respondió que sí consideran que una de las ventajas del modelo de suscripción es el fácil acceso desde cualquier dispositivo móvil, mientras que 14% de ellos respondió que no y solo un 8% contestó que talvez.

9: ¿Es rentable el modelo actual de suscripción para abaratar costos de consumo?

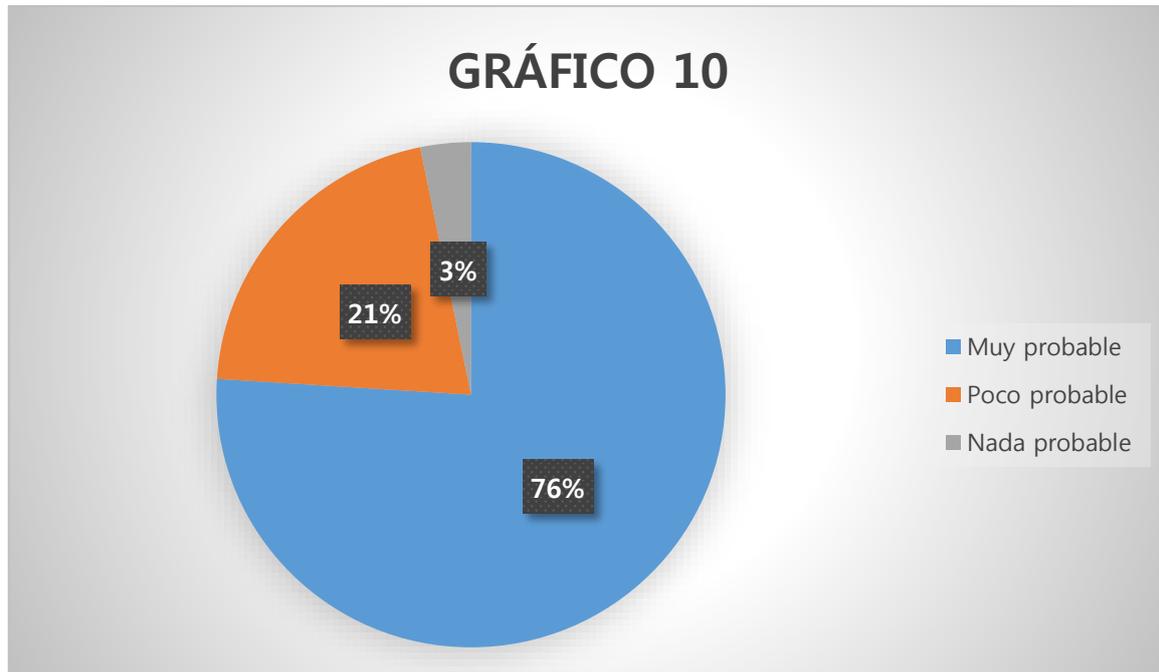
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	86	69%
No	31	25%
Tal vez	8	6%
Total	125	100%



Análisis: El 69% de las personas encuestadas respondió que sí es rentable el modelo actual de suscripción para abaratar los costos de consumo, en tanto que, un 25% de ellos respondieron que tal vez y solo un 6% contestó que no.

10: ¿Qué tan probable es que recomiendes estas plataformas de entretenimiento a tus amigos?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy probable	95	76%
Poco probable	26	21%
Nada probable	4	3%
Total	125	100%



Análisis: El 76% de las personas encuestadas respondió que es muy probable que recomienden estas plataformas de entretenimiento a sus amigos, mientras que un 21% contestaron que es poco probable que lo hagan y solo un 3% de ellos dijeron que es nada probable que las recomienden.