



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC

Facultad de ingenierías, arquitectura y ciencias de la naturaleza

Título del trabajo:

Desarrollo de un sitio web para la venta de pistas musicales enfocado en la promoción del género urbano en Ecuador.

Línea de investigación:

Tecnologías de la información y la comunicación

Carrera:

Ingeniería en Tecnologías de la información

Título a obtener:

Tecnologías de la información

Autor:

Fernando José Yagual Jiménez

Materia:

Proyecto Integrador

Tutor:

Marcos Antonio Espinoza Mina

Samborondón-Ecuador

Año:

2025

Dedicatoria

A mis padres, Ing. Eliana Jiménez e Ing. George Yagual, pilares fundamentales de mi vida, cuya entrega incondicional, esfuerzo y amor constante me han acompañado en cada etapa de este recorrido. Gracias por enseñarme a tener fe en mí mismo incluso en los días más inciertos. Por cada noche de desvelo, cada palabra de aliento, cada gesto de apoyo que nunca pidieron reconocimiento, pero que me sostuvieron cuando más lo necesitaba. Esta meta también es suya, porque sin ustedes, este camino no habría tenido dirección ni fuerza.

A mi hermana, desde España, Ing. Eliana Yagual, quien desde su propio mundo supo tenderme la mano con amor y paciencia. Gracias por tu forma única de apoyarme, por estar presente de maneras que solo nosotros entendemos y por creer en mí con esa confianza que solo los lazos más cercanos pueden brindar.

A mis amigos, los verdaderos. A quienes no se alejaron cuando las cosas se complicaron, a quienes supieron escuchar sin juzgar, reír conmigo incluso en los momentos más grises, y recordarme que todo esfuerzo tiene sentido cuando hay personas que caminan a tu lado. Su amistad fue abrigo, impulso y refugio. No lo olvido.

A mis compañeros de Nestlé y Arca Continental Ecuador, gracias por ser parte de este proceso, por las conversaciones que dejaron huella, por las enseñanzas compartidas en medio de lo técnico y lo humano. Cada experiencia vivida junto a ustedes aportó valor a mi formación profesional y personal. En esta parte quisiera agradecer a Katty Arias, por esos pequeños gestos que marcaron una diferencia y ayudaron, sin saberlo, a seguir adelante.

A mi amigo Roque Macías, por haber estado presente en uno de los momentos más difíciles de este camino. Gracias por tus palabras, tu apoyo incondicional y por darme la fuerza y la voluntad de seguir adelante cuando más lo necesitaba. Tu compañía y tus consejos marcaron una gran diferencia en este proceso, y siempre llevaré tu gesto con gratitud y admiración.

Agradecimiento

Quiero agradecer a Juan Espinosa, el productor que confió en este proyecto y compartió generosamente su trabajo, sus Beats y su experiencia. Gracias por creer en la propuesta cuando aún era solo una idea, y por aportar tu arte como base para una plataforma que busca precisamente visibilizar talentos como el tuyo. Tu colaboración no solo enriqueció el contenido del sitio, sino que fortaleció el sentido del proyecto: abrir caminos para quienes hacen música desde la pasión y la constancia.

A Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada momento de este camino. Gracias por darme la vida, la salud, y por acompañarme incluso en los momentos de mayor dificultad y duda. En cada jornada de trabajo, en cada noche de desvelo y en cada desafío superado, sentí Su presencia brindándome sabiduría, serenidad y confianza. Este logro no hubiera sido posible sin Su luz y sin la fe que me impulsó a continuar, incluso cuando el cansancio o la incertidumbre amenazaban con detenerme.

Al Mg. Marcos Espinoza, por su dedicación, paciencia y constante apoyo durante el desarrollo de este proyecto. Su orientación académica y humana fue fundamental para que esta investigación tomara forma y alcanzara la solidez que hoy presenta. Agradezco profundamente sus observaciones claras, su disposición para guiarme en cada etapa y su compromiso con mi formación como profesional. Trabajar bajo su tutoría ha sido una experiencia enriquecedora que me deja valiosas lecciones, no solo para mi vida académica, sino también para mi desarrollo personal.



ANEXO No. 9

**PROCESO DE TITULACIÓN
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR**

Samboorondón, 04 de Agosto de 2025

Magíster

Erika Ascencio Jordán

**Facultad de Ingenierías, Arquitectura y Ciencias de la Naturaleza
Universidad Tecnológica ECOTEC**

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: **Desarrollo de un sitio web para la venta de pistas musicales enfocado en la promoción del género urbano en Ecuador**, fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la guía para su elaboración, por lo que se autoriza al estudiante: **YAGUAL JIMENEZ FERNANDO JOSE**, para que proceda con la presentación oral del mismo.

ATENTAMENTE,



**Marcos Antonio Espinoza Mina, Ph.D.
Tutor**



ANEXO No. 10

PROCESO DE TITULACIÓN CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Habiendo sido revisado el trabajo de titulación TITULADO: **Desarrollo de un sitio web para la venta de pistas musicales enfocado en la promoción del género urbano en Ecuador**, elaborado por YAGUAL JIMENEZ FERNANDO JOSE fue remitido al sistema de coincidencias en todo su contenido el mismo que presentó un porcentaje del 5% mismo que cumple con el valor aceptado para su presentación que es inferior o igual al 10% sobre el total de hojas del documento. Adicional se adjunta print de pantalla de dicho resultado.

Informe de originalidad de SafeSign - Enviado el jun., 30 jul. 2025 22:03

Documento Final del Proyecto Integrador Curricular (WORD)

PROYECTO INTEGRADOR

Puntuación total: 5 % ● Riesgo bajo

FERNANDO JOSE YAGUAL JIMENEZ

1837 de originalidad - 4726113-Risk-1750-1040-800040070

Número total de informes	Coincidencia máxima	Coincidencia promedio	Enviado el	Conteo de palabras promedio
1	5 % TESS FINAL FERNANDO JOSE YAGUAL...	5 %	31/07/25 22:03 GMT-5	39.749 RAW doc: TESS FINAL FERNANDO JO...

● Contenido adicional 5 %

Conteo de palabras: 39.749
Origen: TESS FINAL FERNANDO JOSE YAGUAL JIMENEZ.docx

ATENTAMENTE,



MARCOS ANTONIO
ESPINOZA MINA

MARCOS ANTONIO ESPINOZA MINA, Ph.D.
Tutor

Índice

Índice de Ilustraciones	10
Resumen.....	13
1.0 Introducción	15
1.1 Contexto histórico social del objeto de estudio.....	15
1.2 Antecedentes	18
1.3 Planteamiento del Problema.....	21
1.4 Objetivos	26
1.4.1Objetivo general	26
1.4.2Objetivos específicos:.....	26
1.5 Justificación	27
2.0 Revisión de Literatura.....	31
2.1 Género urbano, identidad y contexto sociocultural.....	31
2.1.1 El género urbano como fenómeno cultural en América latina	31
2.1.2 Expresión juvenil e identitaria en el género urbano.....	32
2.1.3 Género urbano y representación simbólica en Ecuador	33
2.1.4 Barreras estructurales para la profesionalización del artista urbano	33
2.1.5 Profesionalización de la Industria Musical	34
2.2 Cultura digital, brechas y transformación	36
2.2.1. Transformación digital y acceso desigual en América Latina	36
2.2.2. Brecha digital, exclusión educativa y tecnológica en Ecuador	37
2.2.3 El autodidactismo y la formación musical informal en entornos digitales ...	37
2.2.4 Plataformas digitales como espacios de inclusión cultural	39

2.3 Comercio electrónico musical y economía creativa	40
2.3.1 Crecimiento del comercio electrónico en Ecuador y América Latina	40
2.3.2 Modelos de negocio para artistas digitales: streaming, Beats y licencias ...	41
2.4 Experiencia del usuario y diseño web inclusivo	42
2.4.1 Fidelización y gamificación en plataformas musicales.....	44
Marco Conceptual	46
2.5 Herramientas tecnológicas para el desarrollo de la plataforma.....	46
2.5.1. Frontend (HTML, CSS, JavaScript): diseño visual e interacción musical	46
2.5.2 Front End.....	46
2.5.3 JavaScript	46
2.5.4 HTML y CSS	46
2.5.5 Tailwind	47
2.6 Backend (base de datos (SQL SERVER), PHP, seguridad).....	47
2.6.1 backend	47
2.6.2 SQL server	47
2.6.3 PHP	48
2.6.4 Seguridad	48
2.7 Marco Legal	49
2.7.1 Normativas de Comercio Electrónico y Protección de Datos Personales	49
2.7.2 Derechos de Autor y Propiedad Intelectual	50
2.7.3 Promoción y Fomento de la Música Nacional.....	51
3.0 Marco Metodológico	51
3.1 Enfoque de la investigación	51

3.2 Alcance de la investigación	53
3.3 Tipo y diseño de investigación.....	54
3.4 Delimitación de la investigación.....	55
3.5 Población y muestra.....	56
3.6 Métodos Empleados.....	57
3.7 Procesamiento y análisis de la información.....	59
3.8 Elementos Metodológicos específicos para TI.....	60
3.9 Fases del proyecto	62
3.9.1 Fase 1: Planificación.....	62
3.9.2 Fase 2: Recolección de requerimientos	63
3.9.3 Fase 3: Selección de herramientas.....	64
3.9.4 Fase 4: Diseño (UX/UI)	64
3.9.5 Fase 5: Implementación.....	65
3.9.6 Fase 6: Análisis de datos	66
4.0 Análisis de resultados	67
4.1 Visión general del proyecto y cumplimiento de objetivos.....	67
4.1.1 Arquitectura y Gestión de Contenidos	68
4.2 Resultados por Sprint (SCRUM).....	69
4.2.1 Sprint 1: Diseño e interfaz	69
4.2.2 Sprint 2: Registro y autenticación	71
4.2.3 Sprint 3: Funcionalidades del catálogo y carrito de compras	74
4.2.4 Sprint 4: Simulación de pagos, panel de administrador y herramientas de autopromoción.....	77

4.3 Análisis de métricas de desempeño y calidad	88
4.4 Resultados de entrevistas y encuestas aplicadas	90
4.4.1 resultados de entrevistas aplicadas	97
4.4.2 Resultados de encuestas aplicadas	98
4.5 Visualización del modelo de datos e interacción con la base de datos	100
4.6 Discusión de los hallazgos	105
5. Conclusiones	110
7. Referencias.....	114
8. Anexos.....	126
Anexo 1 – Encuestas:	126
Anexo 2- Guiones de Entrevistas.....	136
Guion de Entrevista para el productor	136
Guion de Entrevista para los artistas	137
Guion para entrevista general.....	139
Guion para entrevista Expertos	140
Anexo 3 - Entrevistas	141
Anexo 4 - Evidencias de las Entrevistas.....	153
Anexo 5 - CV de expertos	159
Anexo 6 - Benchmarking.....	159
Anexo 7 - Prototipo	160
Anexo 8 – Pruebas funcionales.....	163
Tabla de pruebas funcionales	163
Capturas	164

Índice de Ilustraciones

Tabla.1. Tabla de objetivos para el desarrollo del proyecto y los resultados que se obtuvieron.....	64
Figura A1.1: Prototipo inicial de la página principal de Dkusi Beats.....	66
Figura A1.2: Prototipo de la lista de pistas de Dkusi Beats.....	66
Figura A1.3: Prototipo de la lista de Beats Destacados para la interfaz.....	66
Figura A1.4: Prototipo de la vista de la página en versión móvil.....	67
Figura A2.5: Interfaz del formulario de inicio de sesión y mensaje de error de credenciales.....	68
Figura A2.6: Mensaje en el inicio de sesión donde indica que hay un fallo con la conexión con la base de datos.....	68
Figura A2.7: Interfaz del formulario de creación de cuenta.....	69
Figura A2.8: Muestra de datos de usuarios en la base de datos.....	69
Figura A2.9: Mensaje de autenticación exitosa.....	70
Figura A3.10: Modal de los precios de la pista.....	71
Figura A3.11: la funcionalidad del carrito	71
Figura A3. 12: Modal de descripción de la pista con su pista de prueba	72
Figura A3. 13: Modal para compartir la pista a las diferentes redes sociales.....	72
Figura A3. 14: Agrupación de las pistas para hacer una sola compra.....	73
Figura A4. 15: Modal de los métodos de pago para hacer la compra de la pista.....	74
Figura A4. 16: Proceso de compra con la Tarjeta de crédito.....	75
Figura A4. 17: Método de pago por transferencia.....	75
Figura A4. 18: Proceso de pago fallido saldrá cuando no hay fondos en la tarjeta de crédito	76
Figura A4. 19: Proceso de pago exitosa porque tenemos fondos en la tarjeta.....	76

Figura A4. 20: Proceso de pago en Pendiente cuando hacemos el proceso de transferencia.....	77
Figura A4. 21: Pagina exclusiva para los administradores para gestionar el contenido.....	77
Figura A4. 22: Contador de métricas para la página web.....	78
Figura A4. 23: Pagina para Gestionar las pistas subidas.....	78
Figura A4. 24: Modal para subir las pistas.....	79
Figura A4. 25: página para gestionar los pedidos hechos durante la semana para verificar y comprobar las compras.....	79
Figura A4. 26: página para aprobar o rechazar los comprobantes de pago.....	80
Figura A4. 27: página para filtrar los pagos pendientes que tenemos.....	80
Figura A4. 28: página listar a los usuarios registrados en el sistema.....	80
Figura A4. 29: página para editar cierta información de los usuarios.....	81
Figura A4. 30: Pagina para publicar noticias de la página web.....	81
Figura A4. 31: página para los usuarios de la página.....	82
Figura A4. 32: foros de temas populares de la página web.....	82
Figura A4. 33: foro para las guías que necesitaría los artistas o colegas productores.....	83
Figura A4. 34: slider donde salen todas las guías publicadas por el administrador....	83
Figura A4. 35: en la página de compras sale la pista comprada para poder calificarla y escribir un comentario.....	84
Figura A4. 36: en la parte de comentarios puedes acceder a los comentarios de los usuarios.....	85
Tabla.2. Tabla de resultados por Sprint (SCRUM).....	85
Figura B.1.1: Modelo Entidad-Relación de la base de datos Dkusi Beats.....	98
Figura B1.2: conexión entre la tabla de pedidos con la tabla usuarios_text.....	99
Figura B1.3: Relación Pedidos-Pistas (Muchos a Muchos)	99

Figura B1.4: Relación de Extensión de Pistas (Uno a Uno)	101
---	------------

Resumen

La digitalización acelerada por la pandemia transformó radicalmente los modos de producción, distribución y consumo musical. En Ecuador, esta transformación evidenció profundas brechas que afectan particularmente a los artistas emergentes del género urbano, quienes enfrentan limitaciones como la informalidad laboral, la falta de plataformas adaptadas a su contexto y la escasa inclusión de métodos de pago locales. Ante esta problemática, el presente trabajo propone el desarrollo de una plataforma web orientada a la visualización, comercialización y autopromoción de pistas musicales, con enfoque en la profesionalización de los artistas urbanos y la reducción de las barreras tecnológicas.

El proyecto emplea una metodología mixta con enfoque exploratorio-descriptivo, integrando encuestas digitales y entrevistas semiestructuradas a productores, artistas y jóvenes interesados en contenidos musicales. La implementación técnica se desarrolló bajo la metodología ágil SCRUM, dividida en fases que incluyen el diseño de interfaz (UX/UI), la programación del catálogo de pistas, la integración de filtros de búsqueda, visualización de demos, simuladores de pago, y herramientas de retroalimentación social. Se priorizó la adaptabilidad a dispositivos móviles, la experiencia del usuario y la aplicación de estándares de seguridad informática conforme a la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Esta iniciativa busca consolidar un espacio digital inclusivo y culturalmente contextualizado, que no solo promueva el talento nacional, sino que fortalezca la economía musical local desde un enfoque sostenible. Además de ofrecer una solución tecnológica, el proyecto plantea un modelo replicable para otros sectores creativos, aportando así al desarrollo de la industria musical digital en el país.

Palabras clave: Género urbano, plataformas digitales, artistas emergentes, comercio electrónico, Ecuador, desarrollo web, inclusión digital.

Abstract

The digitalization accelerated by the pandemic radically transformed the modes of music production, distribution, and consumption. In Ecuador, this transformation highlighted deep gaps that particularly affect emerging urban artists, who face limitations such as labor informality, a lack of platforms adapted to their context, and the limited inclusion of local payment methods. Faced with this problem, this work proposes the development of a web platform aimed at the visualization, marketing, and self-promotion of music tracks, with a focus on the professionalization of urban artists and the reduction of technological barriers.

The project employs a mixed methodology with an exploratory-descriptive approach, integrating digital surveys and semi-structured interviews with producers, artists, and young people interested in musical content. The technical implementation was developed using the agile SCRUM methodology, divided into phases that include interface design (UX/UI), track catalog programming, search filter integration, demo viewing, payment simulators, and social feedback tools. Priority was given to adaptability to mobile devices, user experience, and the application of cybersecurity standards in accordance with Ecuador's Organic Law on Personal Data Protection and Intellectual Property Law.

This initiative seeks to consolidate an inclusive and culturally contextualized digital space that not only promotes national talent but also strengthens the local music economy from a sustainable perspective. In addition to offering a technological solution, the project proposes a replicable model for other creative sectors, thus contributing to the development of the digital music industry in the country.

Keywords: Urban genre, digital platforms, emerging artists, e-commerce, Ecuador, web development, digital inclusion.

1.0 Introducción

1.1 Contexto histórico social del objeto de estudio

La pandemia Covid-19 hizo que las personas usen más herramientas digitales para la música, como la transmisión, la descarga y el intercambio. Esto cambió la forma en que las personas escuchan y compran música. muchos artistas nuevos en Ecuador, especialmente en Guayas, tienen dificultades para mostrar su trabajo y ganar dinero con él. (Ynciarde, 2023)

Este reconocimiento de propiedad formal protege al productor de otros que usan su trabajo de manera inapropiada y también da credibilidad al modelo comercial, que es genuino, original y sigue las regulaciones ecuatorianas. La dependencia histórica de discográficas y estrategias de marketing tradicionales limita sus oportunidades de crecimiento, dejando un vacío que las plataformas digitales pueden llenar. (Ynciarde, 2023)

En Ecuador, la industria musical emergente enfrenta un desafío considerable. A diferencia de otros países, la ausencia de políticas públicas de apoyo sistemático ha concentrado la visibilidad y el desarrollo profesional en un grupo reducido de compañías. A pesar de la revolución digital, que ha transformado los formatos de producción y distribución, esta evolución no ha logrado una democratización real del acceso al mercado. Si bien existen nuevos soportes y modelos de negocio, las jerarquías de la industria se mantienen, controladas por un pequeño círculo que determina lo que se considera legítimo. (Barreto, 2013)

En esta misma línea de exclusión cultural, diversos organismos internacionales han alertado sobre los riesgos que implica la concentración del poder digital en pocas plataformas globales. Según la UNESCO, existe un riesgo de aculturación derivado del control que ejercen un pequeño grupo de compañías sobre las principales herramientas digitales, las cuales comparten una misma localización geográfica y cultural. Para contrarrestar esta hegemonía, se promueve la digitalización del patrimonio local y regional como estrategia de acceso, inclusión y preservación cultural (ONU, 2020). Un ejemplo significativo es el proyecto PLATA,

desarrollado en España, que demostró cómo la digitalización interactiva de archivos y contenidos culturales puede devolver visibilidad a figuras históricamente excluidas, como las mujeres artistas, utilizando herramientas como la inteligencia artificial, el almacenamiento en la nube y metodologías activas para lograr una apropiación social del patrimonio (Blanco & Conde, 2025).

Actualmente, Ecuador enfrenta un desafío significativo en su ecosistema musical, especialmente para los artistas del género urbano. El problema central es la falta de plataformas tecnológicas diseñadas específicamente para el mercado local. (Masis, 2021) A diferencia de países con industrias musicales más desarrolladas, donde existen plataformas que conectan a los artistas directamente con sus fans y les ofrecen herramientas de monetización adaptadas, en Ecuador estos recursos son escasos.

Esta experiencia internacional ofrece valiosas lecciones para contextos como el ecuatoriano, donde los artistas emergentes del género urbano enfrentan barreras similares para posicionarse en el ecosistema digital. La concentración de la distribución musical en plataformas extranjeras no solo margina las producciones locales, sino que también impone narrativas estéticas ajenas al contexto cultural nacional. Por esta causa, resulta fundamental el diseño de iniciativas que impulsen una digitalización musical adaptada, priorizando el acceso, la representación y la difusión de obras creadas por artistas locales, rectificando así el desequilibrio en el sector de la música grabada. Desde esta perspectiva, la digitalización no se ve solo como una herramienta técnica, sino como un elemento esencial para facilitar el ingreso al mercado musical y fortalecer la identidad cultural en los espacios digitales a nivel global. (Bailon & Roncoroni, 2023)

Sin embargo, para que estas iniciativas logren ser realmente efectivas, es vital comprender quiénes conforman la base social de usuarios que podrían beneficiarse de ellas. En el caso de Ecuador, esta base se compone principalmente de jóvenes de entre 16 y 24 años, quienes acceden a Internet y dispositivos inteligentes de manera habitual, pero carecen de los medios económicos para profesionalizar su actividad creativa. (Heredia, 2022) en

Ecuador, una gran parte del acceso a Internet y dispositivos inteligentes se concentra entre jóvenes de este rango etario. No obstante, la mayoría de ellos no forman parte de la población económicamente activa, lo que limita significativamente su capacidad de participar en procesos formales de producción musical.

Finalmente, esta situación de exclusión digital y concentración de poder en plataformas internacionales se vuelve aún más crítica cuando se considera la fragilidad estructural del trabajo artístico en Ecuador. Lejos de ser una excepción, esta precariedad representa una constante en el desarrollo cultural del país.

“Sabemos que la educación por el arte queda aún más relegada. Ventajosamente, el arte y sus quehaceres, en tanto formas de crear imaginarios e intercambio social, no han parado, pese a que, para los artistas, gestores culturales, educadores de arte, mediadores, entre otros, las condiciones laborales se han visto no solo afectadas, sino que, en la mayoría de los casos, anuladas. A pesar de esto, sostenemos que la educación por el arte nos permite deconstruir, disrupir, dudar y poner en crisis la realidad que nos rodea, y que, en el contexto actual, probablemente más que nunca, es indispensable para la construcción de un futuro plural, crítico, emancipatorio y empoderado.” (Astudillo & Neira, 2021)

Esta afirmación refleja con claridad una de las principales limitaciones del ecosistema cultural ecuatoriano: la ausencia de políticas públicas sostenidas que garanticen derechos laborales, infraestructura o reconocimiento institucional al trabajo artístico. En este contexto, muchos jóvenes artistas del género urbano, a pesar de tener acceso a herramientas digitales siguen sin poder insertarse plenamente en la economía creativa. Por esta razón, es clave comprender el estado actual del campo musical urbano en Ecuador implica también reconocer las formas de precarización, abandono institucional y desigualdad histórica que obstaculizan su profesionalización y visibilidad en el entorno digital.

1.2 Antecedentes

A principios del 2020, Ecuador se ha sometido a un proceso de digitalización acelerado, que transformó radicalmente los hábitos de consumo y de comunicación, dando el camino a un ecosistema digital más fuerte y diverso. Los números revelan un aumento significativo en el incremento del comercio electrónico y, con ventas superiores a \$ 2.2 mil millones, lo que significa un aumento del 54 % en comparación con 2019, WhatsApp fue la aplicación preferida (49 %) mientras que los sitios web mantuvieron (35 %). Esta transformación no fue espontánea, sino el resultado de la migración rápida de las empresas tradicionales en las plataformas digitales como mecanismo de resistencia, teniendo en cuenta las restricciones de salud impuestas por la pandemia. (López & Alcázar, 2021)

Un ejemplo internacional que evidencia como la digitalización ha transformado la producción y distribución musical, es el caso Zenelbit Beat, un colectivo musical argentino, nacido en la escena de del bajo mundo del dubstep, y luego hip hop y géneros urbanos como el Trap y el Boom bap. Su evolución artística ha sido de la mano de la transformación tecnológica, integrando técnicas de desarrollo, inteligencia artificial y plataformas como Instagram y BeatStars Para conectarse con sus audiencias. Lo notable del caso es como han priorizado, la autenticidad artística y la identidad territorial, a pesar de los avances de la automatización en la música digital. Esta resistencia consciente, les ha permitido construir una comunidad fiel a través de una propuesta que combina la creación musical y visual en un entorno digital hiper competitivo. (Tiscornia, 2024)

Casos como el de Zenelbit subrayan la necesidad de plataformas digitales que respeten la diversidad cultural y promuevan la producción musical auténtica, especialmente en regiones donde los artistas no siempre cuentan con infraestructura profesional ni respaldo institucional. (Tiscornia, 2024), Si bien Zenelbit ha logrado articular su propuesta desde Argentina, en países como Ecuador aún son escasas las plataformas que faciliten un entorno digital accesible y culturalmente enfocado para los productores musicales emergentes. Esto destaca la importancia de iniciativas como la presentada en este documento, donde se

propone la creación de una página web destinada a la venta de música del género urbano ecuatoriano, incorporando elementos de identidad local, autonomía creativa y tecnologías adecuadas a su entorno. En Ecuador, estudios previos han evidenciado que el comercio digital no solo mejora las actividades comerciales, sino que también impulsa el crecimiento económico en las regiones al integrar a pequeños empresarios y emprendedores en la economía virtual (Ortiz, 2024). Por ejemplo, en lugares como Biblián, los negocios locales han implementado con rapidez estrategias digitales para ajustarse y expandirse, mostrando que las plataformas tecnológicas pueden servir como recursos significativos para atravesar obstáculos estructurales y potenciar la competitividad.

A nivel nacional, la industria musical enfrenta importantes desafíos estructurales que limitan el posicionamiento de artistas y agrupaciones independientes en el mercado. Si bien la Ley de Propiedad Intelectual protege los derechos de autor, y existen organizaciones como SAYCE y SARIME que velan por su cumplimiento, la falta de acceso a estrategias de marketing, comunicación digital y formación en posicionamiento limita la proyección de los artistas. Aunque existe una normativa que obliga a los medios a difundir contenido musical nacional, en la práctica, muchos artistas desconocen cómo conectar eficazmente con su público y cómo construir una imagen profesional que les permita destacar en un entorno competitivo. (Domínguez & Sánchez, 2021)

Investigaciones recientes han evidenciado que la gran mayoría de agrupaciones musicales ecuatorianas no logran desarrollar una marca personal sólida ni comunicarse de manera efectiva con sus audiencias. (Barbery & Candell 2019) revelan que el 90,4 % de los artistas nacionales no alcanzan los estándares de imagen de artistas internacionales, y más del 78 % de los encuestados considera que no se comunican correctamente con su público. Estas cifras reflejan una carencia profunda en el manejo de imagen y promoción artística, situación agravada por la falta de plataformas locales que orienten y posicionen adecuadamente el talento nacional.

Estudios recientes han sugerido un esquema de marca personal diseñado especialmente para grupos musicales, dividido en cuatro fases esenciales: evaluación de la situación actual, desarrollo de la identidad de la marca, selección de canales de comunicación y determinación del público destinatario. Esta estrategia, respaldada por datos a nivel local, facilita que los artistas orienten su posicionamiento desde el análisis del contexto musical hasta la creación de una imagen que sea consistente con su propuesta artística. Por ejemplo, en la localidad de Ambato, se descubrió que los programas de radio y las clasificaciones musicales locales actúan como fuentes fundamentales de información sobre géneros populares y preferencias del público, subrayando la relevancia de alinear la marca musical con referentes culturales específicos. (Domínguez & Sánchez, 2021)

En el caso del género urbano, su popularidad en Ecuador lo convierte en un candidato ideal para iniciativas de digitalización. Sin embargo, la falta de plataformas limita su crecimiento. (Heredia, 2022) ha señalado que los usuarios enfrentan dificultades para acceder a mercados digitales debido a la carencia de espacios diseñados para su promoción. Por lo tanto, el desarrollo de un sitio web especializado para la compra de pistas de audio no solo responde a una necesidad evidente, sino que también ofrece una solución innovadora que podría replicarse en otros contextos culturales y económicos. (Cuaila, 2020)

En resumen, los análisis revisados muestran una diferencia notable entre el talento creativo de los artistas urbanos en Ecuador y las herramientas digitales que tienen a su disposición para mejorar su profesionalismo y visibilidad. Aunque hay ejemplos exitosos en otras naciones, aún no se han creado en Ecuador plataformas tecnológicas que satisfagan las necesidades culturales, económicas y técnicas del emergente sector musical.

Por lo tanto, la creación de un sitio web que se enfoque en la venta de pistas musicales del género urbano, integrando métodos de pago locales y recursos de autopromoción, constituye una oportunidad real para fortalecer la industria musical de manera inclusiva, profesional y adecuada al contexto.

1.3 Planteamiento del Problema

En la ciudad de Guayaquil, los artistas jóvenes del género urbano enfrentan obstáculos significativos que limitan su acceso al mercado digital. Entre estos obstáculos se destacan la falta de métodos de pago inclusivos y la ausencia de plataformas especializadas en su género (Heredia, 2022). Las opciones de comercio electrónico disponibles no son accesibles para muchos jóvenes de 16 a 24 años, que, a pesar de ser los mayores usuarios de internet, carecen de los medios para profesionalizar su actividad. La desconfianza en los sistemas de pago en línea en Ecuador es un factor clave que dificulta el comercio digital. Métodos de pago internacionales como PayPal o Stripe no son populares en este sector, excluyendo a una proporción importante de artistas y consumidores que se ven limitados por las restricciones estructurales del sistema financiero ecuatoriano (Mera Servigón, 2021).

A pesar del crecimiento global del marketing digital como una herramienta esencial para la promoción y el comercio, en Ecuador la industria musical enfrenta serios desafíos. El problema central de esta investigación radica en que, si bien los artistas ecuatorianos han migrado a los medios digitales, aún persisten barreras significativas. No existen plataformas digitales especializadas que les permitan comercializar su música de manera segura y profesional, ni cuentan con la información y las herramientas adecuadas para posicionarse de forma efectiva en un mercado digital. Esta carencia se agrava por el bajo desarrollo tecnológico del país, la falta de profesionales en la materia y el uso incorrecto de los medios, lo que limita su capacidad para generar ingresos sostenibles y obtener un reconocimiento en el mercado, haciendo que vivir de la música sea un gran desafío. (Sánchez et. al, 2021)

Esta situación de exclusión y dificultad para la profesionalización se ve respaldada por datos empíricos recientes. Una encuesta realizada a artistas locales en Ecuador reveló que el 91.7% no cuenta actualmente con un sitio web propio para promocionar su música, lo que refleja una limitada adopción de plataformas digitales personalizadas. Asimismo, el 66.7% de estos artistas no ha intentado comercializar su música en línea, citando como principales barreras la falta de conocimientos técnicos (mencionada por 8 artistas) y el costo elevado

(indicado por 6 artistas). Estas cifras confirman la necesidad urgente de soluciones que aborden no solo las limitaciones económicas, sino también la capacitación digital y la infraestructura adaptada al contexto ecuatoriano para los artistas del género urbano.

Pese al crecimiento del comercio electrónico en Ecuador desde 2012, el país continúa enfrentando barreras estructurales que limitan su consolidación. Esto incluye una escasa cobertura de internet en diversas zonas, altos costos de servicios digitales y la ausencia de políticas públicas efectivas para incentivar el emprendimiento en línea. Estas condiciones favorecen la concentración en grandes plataformas globales, dejando a los artistas locales en desventaja. Uno de los factores estructurales que profundiza esta problemática es la alta incidencia del trabajo informal en Ecuador, que afecta a una parte significativa de la población económicamente activa. Esta situación, caracterizada por la falta de marcos legales y protección social, impide que muchos artistas jóvenes, que intentan monetizar su música, puedan acceder a plataformas oficiales de distribución y pago (Cevallos & Pazmiño, 2024; Heredia, 2022).

Esta exclusión institucional se ve agravada por factores como la edad. Muchos jóvenes, al tener barreras para acceder a empleos formales o sistemas bancarios tradicionales, recurren a soluciones informales para vender o distribuir su música, como redes sociales o intermediarios no regulados. Esto los expone a vulnerabilidad financiera, falta de protección sobre sus obras y dependencia de servicios extranjeros que no consideran sus realidades económicas. La consecuencia de esta informalidad es la diferencia entre los trabajadores formales e informales en términos de ingresos, beneficios sociales y acceso a herramientas digitales especializadas. Esta realidad determina la incapacidad de muchos músicos para consolidarse en el mercado de la música ecuatoriana, a pesar de su talento y propuesta artística (Cevallos & Pazmiño, 2024).

Como resultado, la diferencia entre los trabajadores formales y aquellos que actúan por informalidad, no solo en términos de ingresos, sino también acceso a beneficios sociales, visibilidad profesional y herramientas digitales especializadas. (Cevallos & Pazmiño, 2024)

Esta realidad determina los defectos de los músicos y productores, que, a pesar del talento y la propuesta artística actual, no puede consolidarse en el mercado de la música ecuatoriana. Por tanto, el desarrollo de una solución tecnológica localizada —como una plataforma web inclusiva y profesional— no solo representa una mejora operativa, sino también una medida concreta para romper el ciclo de exclusión económica y digital que afecta a este sector creativo.

Un factor crítico que limita la consolidación del sector musical urbano ecuatoriano es la falta de mecanismos de profesionalización y la validación del conocimiento adquirido de manera autodidacta. Muchos productores musicales, a pesar de desarrollar habilidades complejas en composición, mezcla o distribución digital, no cuentan con acompañamiento institucional ni espacios que certifiquen su aprendizaje. Esta desarticulación, evidente en casos como el de Benito (Li & Cassany, 2023), un fan autodidacta que aplica estrategias avanzadas en la traducción de reguetón, también se refleja en Ecuador, donde el talento emergente lucha por un reconocimiento formal y oportunidades de crecimiento.

Esta invisibilidad del talento local se agrava por la ausencia de plataformas digitales culturalmente contextualizadas que respondan a las necesidades del mercado local (Li & Cassany, 2023). La dependencia de servicios globales como YouTube, BeatStars o SoundCloud es un obstáculo estratégico para el desarrollo de una cultura digital soberana. Estas plataformas, aunque ampliamente utilizadas, no están diseñadas para la expresión cultural local ni se adaptan a los modelos de consumo de Ecuador. Esto obliga a los artistas a adecuar sus producciones a estándares impuestos por algoritmos extranjeros, lo que limita su autonomía creativa y les impide construir una narrativa musical auténticamente ecuatoriana (Heredia, 2022).

En contraste, plataformas participativas como NECM han demostrado su capacidad para fomentar la visibilidad y la cohesión cultural. Estos espacios digitales permiten a comunidades de fans, como las de China, interactuar, traducir y difundir contenido de reguetón, expandiendo el alcance de la música más allá de sus fronteras culturales (Li &

Cassany, 2023). La falta de entornos colaborativos similares en Ecuador refuerza la exclusión de los artistas del circuito profesional, obligándolos a trabajar en la informalidad y a depender de servicios globales que no consideran sus realidades culturales y económicas (Escobar, 2025).

Un factor estructural aún más profundo está acompañado por el retraso del sistema educativo ecuatoriano. (Tamayo Verdezoto, 2023), Comprensión de los patrones educativos tradicionales, centrándose en la memoria y la creatividad externa y el pensamiento crítico, limita el desarrollo de habilidades que ahora son importantes para trabajar en la economía digital. Esta restricción se refleja con los jóvenes de mayor poder en sectores vulnerables que terminan con capacitación sin habilidades tecnológicas, comerciales o creativas, lo que les permite proyectar sus talentos artísticos en un entorno profesional o digital.

Además, la desigualdad de la infraestructura educativa fortalece estas deficiencias. En muchas áreas del país, especialmente en áreas rurales o periféricas, las autoridades carecen de acceso a Internet, laboratorios, bibliotecas o incluso condiciones físicas mínimas para la enseñanza. (Tamayo Verdezoto, 2023) Esta situación reduce las posibilidades de aprendizaje significativo y aleja a los jóvenes de cualquier oportunidad de profesionalización. Para los artistas del género urbano, que encuentran en la música un canal de expresión y una posible salida económica, la falta de formación y acceso tecnológico perpetúa su dependencia de soluciones informales o extranjeras para compartir y monetizar su trabajo.

Por tanto, la exclusión de estos jóvenes del ecosistema digital musical no es solo consecuencia de la falta de plataformas, sino también de un sistema educativo que no ha logrado adaptarse a las demandas del siglo XXI. (Guapulema et al., 2024) indica que, sin habilidades digitales, sin infraestructura y sin orientación estratégica, los artistas emergentes ecuatorianos enfrentan múltiples barreras que impiden su inserción en el mercado musical formal. Esta realidad justifica la necesidad urgente de herramientas tecnológicas desarrolladas a partir de un contexto local, que no solo permite comercializar trazas

musicales, sino que también promueve la profesionalización, la autonomía creativa y el acceso justo a las capacidades digitales.

La problemática central va más allá de la simple ausencia de plataformas especializadas. Se trata de una red de obstáculos estructurales, que incluyen deficiencias educativas, financieras, culturales y digitales, que impiden la formalización y el crecimiento de los músicos urbanos en Ecuador. En este contexto, el desarrollo de una plataforma web se concibe como una estrategia holística para promover la inclusión, la visibilidad y el fortalecimiento cultural. De esta forma, el proyecto busca no solo abordar una necesidad específica del sector, sino también contribuir a la evolución del entorno digital musical con herramientas que respondan a la realidad local. Los objetivos que se detallan a continuación surgen directamente de esta problemática.

Pregunta problema global:

1. **¿Cómo puede una plataforma web facilitar la venta de pistas musicales y contribuir al desarrollo del género urbano en Ecuador?**

Preguntas específicas:

2. **¿Qué funcionalidades debe incluir el sitio web para cubrir las necesidades de los productores y consumidores de música urbana en Ecuador?**
3. **¿Cómo influye la falta de métodos de pago locales en la decisión de compra de pistas musicales en plataformas digitales?**
4. **¿Qué mecanismos de seguridad deben implementarse en el sitio web para generar confianza en los usuarios?**
5. **¿Cuáles son las principales dificultades técnicas y económicas que enfrentan los artistas y productores al promocionar y vender sus pistas en línea?**

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Desarrollar una plataforma web para la comercialización de pistas musicales del género urbano en Ecuador, que permita a los artistas locales adquirir y promocionar su música de manera segura y accesible, integrando herramientas de autopromoción, gestión eficiente de contenidos y métodos de pagos locales

1.4.2 Objetivos específicos:

- Desarrollar la arquitectura frontend y backend de la plataforma web, asegurando la integración de un sistema de gestión de contenidos y una base de datos eficiente (SQL Server) capaz de almacenar y gestionar las pistas musicales, y funcionalidades de búsqueda operativas con un tiempo de respuesta inferior a 2 segundos.
- Implementar un conjunto de herramientas de interacción y autopromoción, incluyendo perfiles de artista personalizables con al menos 3 campos de información relevante, foros de discusión funcionales para el intercambio entre usuarios, y acceso a guías o tutoriales básicos que busquen fortalecer la visibilidad y conexión de los artistas.
- desarrollar una interfaz de usuario atractiva e intuitiva (UX/UI a través de pruebas en al menos 3 resoluciones de pantalla distintas, y logrando que la navegación a secciones clave (ej. catálogo, registro, compra).
- Integrar un sistema simulado de métodos de pago locales, que represente transferencias bancarias y pagos móviles específicos del contexto ecuatoriano (ej. simulación de cuenta bancaria local o QR), e implementar protocolos de seguridad SSL/TLS y validaciones de entrada para garantizar el 100% de la integridad de los datos de transacción en el entorno simulado.

1.5 Justificación

Es necesario de ofrecer una solución tecnológica que aborde dos problemáticas principales en la industria musical de Ecuador: la limitada accesibilidad a plataformas de compra de pistas musicales adaptadas a las necesidades locales y la falta de visibilidad del género urbano en un mercado dominado por plataformas internacionales.

La venta de pistas musicales mediante estrategias de marketing digital responde a esta necesidad de modernización. En particular, el uso de herramientas como motores de búsqueda (SEO), redes sociales, catálogos virtuales y métodos de pago accesibles no solo incrementa el alcance y visibilidad de los artistas, sino que promueve la profesionalización del sector musical (Rengel, 2022).

Se proyecta que, a través de la plataforma, los productores logren un incremento inicial del 20% en la visibilidad de sus catálogos de Beats en el ecosistema digital ecuatoriano durante el primer año de operación, medido por el número de visitas a sus perfiles y reproducciones de demos. Este aumento de exposición es fundamental para la profesionalización del productor, permitiendo que su trabajo creativo sea reconocido y valorado como una actividad laboral legítima.

La música urbana, en particular, cumple un rol clave como expresión de identidad cultural entre los jóvenes. (Meza Arguello et al. 2024), las canciones no solo entretienen, sino que funcionan como vehículos de significado que reflejan experiencias, territorios y formas de vida. En Ecuador, los géneros urbanos representan discursos de autoafirmación que conectan con sectores históricamente excluidos del campo cultural formal. Por ello, la creación de una plataforma digital enfocada en este género no solo busca visibilizar productos musicales, sino también habilitar un espacio donde artistas emergentes puedan narrar sus realidades y construir comunidad a través del sonido.

Además de su impacto cultural, la música tiene un fuerte poder integrador. (Meza Arguello et al., 2024), los géneros musicales pueden reforzar la pertenencia y la cohesión

social, especialmente entre adolescentes que se encuentran en procesos de búsqueda identitaria. En este contexto, los ritmos urbanos funcionan como un lenguaje compartido, que permite a los jóvenes expresar emociones, visibilizar problemáticas sociales y proyectar su visión del entorno. Incluir este enfoque en una plataforma digital pensada para Ecuador no solo tiene sentido económico o tecnológico, sino también educativo y comunitario, al reconocer que la música urbana es un canal legítimo para generar inclusión y transformación social.

Además, la brecha digital no se limita al acceso técnico, sino que implica diferencias estructurales en cuanto al equipamiento, la autonomía de uso, las habilidades digitales y el apoyo social disponible. (Díaz ,2024) afirma que el 32 % de la población en América Latina y el Caribe aún no accede a internet, con un impacto significativo en los sectores populares. Esta exclusión afecta a una parte importante de los artistas emergentes del género urbano en Ecuador, quienes enfrentan condiciones de informalidad, baja escolaridad y precariedad tecnológica. En este sentido, una plataforma musical local no solo permitiría el acceso al comercio digital, sino que se convertiría en una herramienta para reducir desigualdades estructurales. Al ofrecer una alternativa adaptada a los métodos de pago locales y al contexto socioeconómico, se espera reducir en al menos un 15% la barrera de acceso al comercio electrónico musical para los artistas emergentes interesados en adquirir Beats, y para los productores que buscan monetizar su trabajo en zonas con limitada bancarización, durante los primeros seis meses de lanzamiento. Esto posicionará a los productores en un espacio competitivo legítimo, capaz de generar ingresos directos y justos por la venta de sus producciones a la comunidad artística nacional.

En los mercados emergentes, como el ecuatoriano, la digitalización representa una oportunidad clave para descentralizar la economía musical y crear espacios inclusivos. (Jara et al. 2025), la tecnología ha eliminado barreras geográficas, permitiendo que emprendimientos culturales de pequeña escala accedan a audiencias globales. No obstante, este potencial solo puede materializarse cuando las plataformas están diseñadas con base

en la realidad socioeconómica del país. Variables como el acceso a internet, la infraestructura local, la informalidad laboral o las brechas de habilidades deben considerarse en el diseño de soluciones digitales adaptadas.

(Tavernise, 2022), sostiene que la democratización del emprendimiento digital requiere plataformas inclusivas que respondan a las capacidades reales de los usuarios. Bajo esta perspectiva, el desarrollo de una plataforma musical especializada en el género urbano ecuatoriano puede convertirse en un espacio competitivo legítimo para artistas emergentes, superando las limitaciones impuestas por plataformas internacionales poco contextualizadas.

(Bastidas,2024) también enfatiza la necesidad de fortalecer el marco técnico-instrumental del comercio electrónico mediante tiendas en línea ajustadas a la realidad ecuatoriana. En este sentido, la propuesta plantea la aplicación de encuestas dirigidas a productores y consumidores, con el fin de identificar sus necesidades tecnológicas, conocimientos actuales y expectativas sobre el uso de plataformas digitales. Este componente permitirá cuantificar la demanda real de pistas musicales y establecer los criterios funcionales del sitio.

En el desarrollo de plataformas web que gestionan datos sensibles —como la información personal, musical o transaccional de artistas y productores— la seguridad digital debe ocupar un lugar prioritario. (Ramírez, 2023), los sistemas de gestión digital presentan vulnerabilidades comunes como inyección SQL, comunicación insegura, denegación de servicio (DoS), manejo inadecuado de errores y suplantación de identidad. Estas debilidades afectan directamente los principios básicos de la seguridad de la información: confidencialidad, integridad y disponibilidad. Además, el estudio recomienda la incorporación de medidas preventivas como autenticación robusta, CAPTCHA en los inicios de sesión, gestión segura de sesiones, y mecanismos paralelos de verificación para evitar accesos no autorizados. Integrar estos mecanismos en la plataforma propuesta no solo protegerá los datos de los usuarios, sino que garantizará confianza, profesionalismo y continuidad en el uso del sitio.

El aprendizaje autodidacta en contextos musicales ha demostrado ser una vía efectiva de desarrollo de habilidades complejas, especialmente entre jóvenes que participan activamente en plataformas digitales. (Li & Cassany 2023) documentan el caso de Benito, un aficionado chino que, sin educación formal, logró adquirir competencias lingüísticas avanzadas mediante la traducción colaborativa de canciones en español. Esta experiencia no solo reveló procesos de pensamiento crítico, sino también una capacidad para investigar, contrastar y analizar de manera autónoma. En el contexto ecuatoriano, donde muchos productores urbanos carecen de acceso a formación académica, estas prácticas informales representan una forma legítima de profesionalización que, sin embargo, rara vez es validada por el sistema educativo o por los canales institucionales de distribución musical.

En este sentido, la creación de una plataforma web especializada en la venta de pistas musicales puede tener también un impacto formativo, al ofrecer recursos que reconozcan y potencien el conocimiento práctico de los artistas emergentes. Se espera que la inclusión de tutoriales, guías de licenciamiento y foros de discusión dentro de la plataforma colabore en el desarrollo de habilidades de negocio y protección de derechos para al menos el 30% de los productores y artistas registrados que no han comercializado su música o Beats previamente en línea, contribuyendo a la formalización de sus actividades y al reconocimiento de su aprendizaje autodidacta. (Li & Cassany, 2023), Los entornos digitales centrados en la música pueden promover aprendizajes significativos mediante el uso de letras, producción, análisis y colaboración técnica entre pares. Incorporar tutoriales, guías de uso, foros de discusión y herramientas de autopromoción dentro de la plataforma no solo facilitaría la comercialización, sino que permitiría consolidar un espacio de aprendizaje no formal, accesible y conectado con las necesidades reales de los productores del género urbano en Ecuador.

En términos académicos y profesionales, la investigación aporta conocimiento al campo del comercio electrónico aplicado al ámbito musical. Además, documentar el proceso metodológico y tecnológico permite ofrecer un modelo replicable por otros emprendedores del sector creativo, fomentando el aprendizaje, la innovación y la valorización del trabajo

musical como profesión. De este modo, se contribuye a cambiar la percepción de la música urbana como un pasatiempo informal, posicionándola como una opción laboral legítima, con respaldo técnico y económico.

Finalmente, la creación de esta plataforma incluye la adopción de tecnologías actuales que mejoran los procesos y enriquecen la experiencia del usuario. De acuerdo con (Heredia, 2022), aspectos como los pagos seguros, un diseño adaptable, las suscripciones y la publicidad en línea no solo optimizan la administración comercial, sino que también aportan un nivel profesional al entorno digital de la música.

El desarrollo del sitio también facilita la inclusión de tecnología avanzada para mejorar los procesos y ofrecer una experiencia de usuario más satisfactoria. (Heredia, 2022), estas tecnologías cubren sistemas de liquidación seguros, diseños que se adaptan a diferentes dispositivos y tácticas, como ventas directas, suscripción y publicidad digital, que ayudan a aumentar el comercio electrónico en áreas especializadas como la música.

2.0 Revisión de Literatura

2.1 Género urbano, identidad y contexto sociocultural

2.1.1 El género urbano como fenómeno cultural en América latina

Los festivales en América Latina han constituido históricamente “uno de los espacios de mediatización, producción, espectáculo y creación más importantes de la cultura”, funcionando como vehículos para “la representación de significados sonoros y textuales destinados a individuos, grupos y medios de comunicación” (Spencer, 2020). Según el autor, su relevancia no radica solo en el espectáculo, sino en el poder de socialización que ejercen, al establecer vínculos comunitarios, promover agendas simbólicas e institucionalizar repertorios sonoros vinculados a la identidad nacional o étnica.

Estos espacios performativos permiten comprender cómo ciertas formas musicales, como el género urbano, transitan desde lo marginal hacia el centro de la visibilidad cultural.

Aunque el texto se centra en festivales de tipo folclórico y popular, el análisis puede extrapolarse al contexto urbano actual, donde la música reguetón, hip-hop o trap funciona como un nuevo tipo de “festival sonoro digital”, en el que las plataformas virtuales sustituyen al espacio físico, pero mantienen su rol identitario. (Viñuela, 2023) Esta equivalencia nos permite leer las expresiones urbanas contemporáneas como nuevas formas de representación colectiva que, si bien carecen de ritualidad tradicional, poseen una intensidad simbólica comparable.

Por tanto, la digitalización del género urbano en América Latina no puede entenderse solo como un fenómeno comercial, sino como una estrategia simbólica que requiere plataformas tecnológicas que valoren su dimensión identitaria y sociocultural. (Bayón & Durán, 2023)

2.1.2 Expresión juvenil e identitaria en el género urbano

(Rodríguez, 2020) acerca del Freestyle competitivo en Chile, se menciona que “la batalla de gallos es en la actualidad la forma más popular de crear y disfrutar hip-hop”, especialmente entre jóvenes de 15 a 25 años que encuentran en este formato una vía tangible para obtener ingresos, reconocimiento y desarrollo profesional. A diferencia de las grabaciones musicales, el Freestyle se caracteriza por su rapidez, espectáculo y rivalidad, apelando a un “modelo de creación colectiva” en el que confluyen improvisadores, jueces, creadores de ritmos y presentadores que animan el entorno urbano mediante rituales sonoros. Sin embargo, esta energía dinámica se enfrenta al reto de trascender el espacio físico y encontrar canales que potencien su alcance.

(Spencer, 2020) afirma que “el festival desempeña un papel fundamental en la formación de preferencias o modos de vida”, ofreciendo a los asistentes la posibilidad de llevar a cabo un “análisis crítico de los productos culturales que moldean la identidad”. Esta experiencia inmersiva crea vivencias sensoriales que entrelazan sonidos, actitudes y el

sentido de comunidad, transformando la música en una herramienta para fomentar “sensibilidades cosmopolitas” y reforzar los vínculos comunitarios.

En este sentido, el ecosistema competitivo y cultural que describen ambos autores evidencia una necesidad: trasladar este capital creativo hacia plataformas digitales que preserven la autenticidad de estas expresiones y les brinden canales sostenibles de difusión, monetización y visibilidad. (Rodríguez, 2020) Este punto es clave para el desarrollo del presente proyecto, que busca ofrecer un espacio adaptado a las dinámicas del hip-hop y del Freestyle urbano en Ecuador.

2.1.3 Género urbano y representación simbólica en Ecuador

Es un conjunto de expresiones musicales como el reguetón, hip-hop, dance hall y trap como construcciones socioculturales articuladas por convenciones, prácticas e identidades compartidas por una comunidad. Estas categorías no solo surgen de una necesidad de clasificación, sino también de luchas por el poder cultural, donde los agentes involucrados disputan la imposición de reglas y genealogías que los definen. (Fellone, 2021)

En Ecuador, esta dimensión política y simbólica del género urbano se hace visible en el trabajo del colectivo *Los Nin*, cuya propuesta musical fusiona hip-hop con elementos de la música andina y la lengua Kichwa. Desde sus inicios, la agrupación ha construido una escena que trasciende lo local para conectar con públicos migrantes, mestizos e indígenas, configurando así una narrativa sonora que articula identidad ancestral y modernidad. En sus letras conviven temas ecológicos, sociales y políticos, mientras que su sonido mezcla instrumentos tradicionales como la quena o el charango con ritmos globales. Este enfoque permite no solo preservar una lengua minoritaria, sino insertarla activamente en el circuito cultural contemporáneo mediante plataformas digitales. (Perez-Valero, 2023)

2.1.4 Barreras estructurales para la profesionalización del artista urbano

En Ecuador, persisten barreras estructurales que dificultan la profesionalización del artista urbano, entre ellas la falta de conectividad digital, la baja penetración tecnológica en

áreas rurales y la ausencia de políticas institucionales que apoyen las expresiones musicales locales (Ynciarte, 2023, p. 24). Esta situación se agrava con el dominio de plataformas globales como Spotify, YouTube o TikTok, que priorizan algoritmos y repertorios basados en tendencias anglófonas o comerciales, lo que limita gravemente la visibilidad de nuevos talentos locales.

Como sostiene (García, 2020), Se señala que esta forma de educación no formal también funciona como un acto de resistencia ante modelos que excluyen, permitiendo la construcción de identidades musicales desde la base. En el contexto de la música urbana en Ecuador, esta gestión creativa independiente se muestra como una verdadera alternativa para alcanzar una profesionalización, coincidiendo con la idea de una plataforma digital que apoye y promueva estas actividades.

En las situaciones registradas por García, las músicas urbanas se manifiestan como acciones de reapropiación simbólica, similar a lo que sucedió con los sambistas afrodescendientes en Brasil durante los años cincuenta o con los músicos universitarios en el contexto de la dictadura. Desde su posición marginal, ambos colectivos llevaron a cabo una práctica musical que "modificaba los sonidos de las calles" y retaba el control institucional sobre lo que estaba permitido escuchar en la ciudad. (García, 2020).

2.1.5 Profesionalización de la Industria Musical

La creación de plataformas digitales orientadas a lo profesional puede motivar a los artistas y productores a considerar la música como una opción profesional seria en lugar de meramente un pasatiempo. (Villegas, 2022) Este tipo de programas pueden servir como cartas de presentación para futuras colaboraciones y nuevos proyectos, impulsando el desarrollo de la industria musical ecuatoriana.

El proceso de profesionalización de los artistas musicales ha estado históricamente condicionado por los medios de difusión y por la configuración simbólica que estos generan. (Dalbosco 2024) El viaje desde los barrios populares hasta los escenarios internacionales no

solo narraba un ascenso artístico, sino una transformación en la percepción social del intérprete, que pasaba de lo marginal a lo institucional, de lo empírico a lo profesional.

Esta trayectoria, sin embargo, implicaba tensiones entre autenticidad y adaptación. (Dalbosco, 2024) indica que la difusión mundial de estos músicos no solo preservó su identidad, sino que también convirtió sus formas musicales en emblemas nacionales que son apreciados en todo el mundo. Según la autora: “el desplazamiento geográfico representa la especialización del artista y su música, actuando como un medio de validación que se culmina al cruzar las fronteras de demás países”.

Una perspectiva más contemporánea sobre la profesionalización musical es la que presenta el estudio sobre el Proyecto Colombia Creativa. (Tobo & Rodríguez, 2023) Se documenta cómo una variedad de músicos, desde los más reconocidos hasta aquellos que son autodidactas, han conseguido ser aceptados en programas universitarios que han tenido en cuenta sus trayectorias previas. En vez de utilizar enfoques académicos rigurosos, esta propuesta promovió un "intercambio de conocimientos" que unió las metodologías de aprendizaje informales con la educación tradicional. Esto permitió a los artistas validar su conocimiento y adquirir nuevas competencias, preservando al mismo tiempo su identidad musical.

En resumen, el género urbano en Ecuador se establece como un ámbito simbólico de resistencia, manifestación y edificación de una identidad colectiva. No obstante, su fortalecimiento como ámbito profesional exige la existencia de plataformas digitales que se ajusten a la realidad local, las cuales deben facilitar no solo la venta de producciones musicales, sino también valorar el aspecto cultural, político y social de este estilo musical. De esta forma, la evolución tecnológica se presenta como una herramienta para cambiar las condiciones desiguales que afrontan estos artistas en ascenso. (Escobar, 2025).

2.2 Cultura digital, brechas y transformación

2.2.1. Transformación digital y acceso desigual en América Latina

La transformación digital en América Latina se ha visto condicionada por desigualdades estructurales que limitan su impacto democratizador. (Rodríguez, P, 2024) Se argumenta que, aunque la digitalización tiene el potencial de facilitar el acceso a servicios esenciales, la brecha digital sigue siendo muy pronunciada en comunidades rurales, entre poblaciones indígenas, en sectores desfavorecidos y entre mujeres, lo que perpetúa patrones de exclusión que han existido históricamente. La autora menciona que, de acuerdo con información de la OCDE y la CEPAL, tan solo un 23 % de las áreas rurales dispone de acceso a internet, en contraposición al 67 % que se observa en las ciudades. Esta desigualdad en el acceso a la tecnología no es únicamente una cuestión de falta de infraestructura, sino que también pone de manifiesto una fragmentación social más amplia que restringe las oportunidades de inclusión en educación, empleo y cultura.

Además del acceso físico, (Rodríguez, P, 2024) advierte sobre la “brecha de uso”, relacionada con la calidad de la conexión, el tipo de dispositivo disponible y la alfabetización digital. Por ejemplo, muchas personas que acceden a internet lo hacen únicamente desde teléfonos móviles, lo que limita sus posibilidades de producción de contenido o participación en entornos educativos formales. Este fenómeno se agrava por la falta de políticas públicas sostenidas, la escasa inversión estatal en tecnologías comunitarias y la débil articulación entre sectores público, privado y social. La transformación digital, en ese contexto, corre el riesgo de reproducir una lógica excluyente si no se concibe como un proceso socialmente inclusivo y territorialmente equitativo.

En su revisión sistemática, (Trujillo et al. 2022) confirman que la transformación digital en América Latina ha avanzado de forma acelerada en los últimos años, especialmente a partir de la pandemia de COVID-19, pero de manera desigual. El estudio identificó tres áreas clave donde este fenómeno ha impactado: la educación, las empresas y las personas. En el ámbito educativo, se observó una rápida incorporación de plataformas digitales y

herramientas virtuales, aunque con serias limitaciones en países con menor inversión en infraestructura tecnológica. Los autores destacan que esta transformación, aunque inevitable, también ha evidenciado la falta de preparación estructural y la ausencia de una visión inclusiva para adaptar los sistemas nacionales a las nuevas realidades digitales.

2.2.2. Brecha digital, exclusión educativa y tecnológica en Ecuador

En Ecuador, la brecha digital continúa siendo un desafío estructural en el ámbito educativo. (Muñoz et al. 2024) identifican diferencias significativas entre instituciones públicas y privadas, así como entre zonas urbanas y rurales. Mientras que el 66,3 % de los hogares urbanos tienen acceso a internet, en áreas rurales la cifra apenas alcanza el 37,5 %. Esta disparidad se traduce en menor disponibilidad de dispositivos, conectividad limitada y menor integración de tecnologías en el aula, lo que perjudica la equidad educativa.

El estudio también revela que la falta de formación docente y la escasez de recursos tecnológicos impiden el uso efectivo de las TIC en muchas instituciones. (Muñoz et al. 2024) Aunque un 75 % cuenta con conexión a internet, solo un 45 % aplica regularmente herramientas digitales en clase. Las recomendaciones incluyen fortalecer programas de capacitación, actualizar planes curriculares e integrar políticas educativas con estrategias de inclusión digital para reducir las desigualdades tecnológicas que afectan directamente el aprendizaje.

Por su parte, (Pérez-Escoda et al. 2021) destacan que la brecha digital en Ecuador también presenta un componente de género. Los estudiantes hombres tienden a dominar áreas técnicas, mientras que las mujeres priorizan tareas académicas y aspectos de seguridad digital. Estas diferencias requieren enfoques educativos diferenciados que promuevan competencias digitales integrales para ambos géneros.

2.2.3 El autodidactismo y la formación musical informal en entornos digitales

(Lazzarin, 2024) Es notable que los músicos independientes, en el entorno que sigue a la pandemia, han acentuado su enfoque autodidacta al adquirir habilidades sin

intermediación de instituciones, como el manejo de software para grabación, edición de video, promoción en línea y producción artística. Dentro de la escena musical urbana de Ecuador, la carencia de acceso a programas formales impulsa a los artistas emergentes a formarse desde lo básico a través de plataformas como YouTube, foros y cursos gratuitos. Este fenómeno pone de manifiesto una tendencia significativa: la profesionalización se apoya más en la autogestión y en recursos no convencionales que en la educación artística formal.

El mismo autor subraya que los músicos tienen la necesidad de desempeñar diversos roles como productores, gestores y comunicadores en un contexto que requiere una presencia visible de manera continua. Esta capacidad de asumir múltiples funciones se alinea con la lógica neoliberal del “emprendimiento personal”, en la que el artista se educa de forma constante sin recibir un reconocimiento formal. (Lazzarin, 2024). En Ecuador, esta carga afecta a los creadores autodidactas de música urbana, que se enfrentan a la competencia sin contar con redes de respaldo sólidas. Esto pone de manifiesto la urgencia de contar con plataformas que proporcionen visibilidad y asistencia técnica para fortalecer su labor profesional.

Desde el arte contemporáneo, (Moraza, 2023) Se sugiere que la educación artística ha evolucionado hacia un modelo de “aprendizaje del aprendizaje”, en el cual la experiencia y la práctica constante constituyen el centro del conocimiento. Este enfoque le da valor a la educación no formal, donde el aprendizaje se deriva de los errores, del contexto y de la interacción social. En el ámbito de la música urbana en Ecuador, esta perspectiva se manifiesta en la producción, mezcla y diseño de sonido adquiridos a través de la vivencia colectiva, lo que enriquece la autenticidad cultural, a pesar de que podría restringir el acceso a certificaciones o reconocimiento académico.

En esta línea, el congreso (CIBA, 2023) subraya la relevancia de las comunidades de práctica como espacios de aprendizaje horizontal, donde circula el saber entre pares. Plataformas como Splice o BeatStars y grupos de WhatsApp o Discord permiten a los artistas compartir pistas, comentar procesos y co-crear, consolidando redes de aprendizaje sin

mediación institucional. (Vasco & Guananga, 2024) Se señala que esta forma de educación no formal también funciona como un acto de resistencia ante modelos que excluyen, permitiendo la construcción de identidades musicales desde la base. En el contexto de la música urbana en Ecuador, esta gestión creativa independiente se muestra como una verdadera alternativa para alcanzar una profesionalización, coincidiendo con la idea de una plataforma digital que apoye y promueva estas actividades.

2.2.4 Plataformas digitales como espacios de inclusión cultural

Las plataformas digitales han modificado profundamente las formas de distribución y consumo musical. (Villatoro & Segovia, 2023) sostienen que servicios como Spotify han reemplazado canales tradicionales, reorganizando el campo musical en torno a algoritmos que determinan qué se escucha. Si bien esto ha democratizado parcialmente la visibilidad, no ha eliminado las barreras: la cultura urbana ecuatoriana, al no alinearse con estándares comerciales dominantes, suele quedar en posiciones secundarias. Esta situación evidencia que la inclusión digital no es automática, sino que depende de la capacidad de los artistas para adaptarse a dinámicas algorítmicas y competir en un entorno saturado.

(Ramírez, 2023) plantea que YouTube se ha convertido en un espacio de formación autodidacta para jóvenes, ofreciendo un entorno más libre que la educación formal. En el caso de músicos urbanos, estas plataformas no solo permiten aprender teoría o producción, sino también fortalecer la identidad cultural y consolidar comunidades digitales. No obstante, esta autonomía depende de la alfabetización tecnológica: quienes carecen de conocimientos en posicionamiento o monetización corren el riesgo de permanecer invisibles, incluso dentro de espacios supuestamente inclusivos.

En el contexto ecuatoriano, (Sánchez et al. 2025) muestran que bandas locales de rap y metal han recurrido a YouTube, Facebook y SoundCloud para crear circuitos culturales alternativos sin respaldo institucional. Este fenómeno es relevante para los artistas urbanos, ya que demuestra que la visibilidad no requiere únicamente de grandes sellos, sino de estrategias digitales coherentes. Sin embargo, el éxito de estas experiencias también

depende de la capacidad de sostener una interacción constante con la audiencia, algo que requiere tiempo, recursos y planificación estratégica.

Desde una perspectiva crítica, (Arenal et al. 2024) analizan cómo la inteligencia artificial y los filtros algorítmicos en redes y plataformas musicales refuerzan patrones de exclusión, eliminando o reduciendo la visibilidad de expresiones que no encajan con las tendencias dominantes. Esto es especialmente problemático para la música urbana emergente, que a menudo no responde a criterios comerciales hegemónicos. Por ello, una plataforma enfocada en este género debe diseñarse para reducir la dependencia de algoritmos externos, garantizando que la autenticidad cultural y la conexión directa con el público sean su principal ventaja competitiva.

2.3 Comercio electrónico musical y economía creativa

2.3.1 Crecimiento del comercio electrónico en Ecuador y América Latina

En 2020, el comercio electrónico en Ecuador alcanzó USD 2.3 mil millones, con un crecimiento del 43,75 % respecto a 2019 y un incremento del 800 % en visitas a sitios web (Medina, 2021). La crisis sanitaria impulsó el avance hacia lo digital, haciendo que las plataformas en línea se trasladaran “de un papel secundario a uno primordial debido al temor al contagio” (Ortega, 2020). Esta transformación no solo favoreció a corporaciones grandes, sino que también creó una vía legítima para pequeños emprendedores en el ámbito cultural. No obstante, la adopción no ha sido uniforme: aún existen obstáculos como el acceso desigual a la tecnología y la carencia de estrategias para destacar digitalmente en los sectores creativos, lo cual muestra la urgencia de iniciativas que apoyen a los artistas en su participación en este entorno.

A nivel regional, las ventas de comercio electrónico alcanzaron USD 116.200 millones en 2023, un 66 % más que en 2019 (Paipa Bolaños, 2021). A pesar de que únicamente el 26% de las personas en América Latina realiza compras por internet, el grupo principal incluye a jóvenes, propietarios de teléfonos inteligentes y personas con ingresos medios, que

coinciden con la audiencia objetivo de la música urbana en línea. Esto refuerza la importancia estratégica del proyecto: no es solo una cuestión de capitalizar un mercado en crecimiento, sino de crear una plataforma que se adapte a la segmentación, incorpore métodos de pago seguros, incentive la confianza del consumidor y eleve a los artistas urbanos de Ecuador como competidores en la economía creativa digital.

2.3.2 Modelos de negocio para artistas digitales: streaming, Beats y licencias

El auge del streaming transformó la distribución musical al pasar de un modelo físico a uno digital basado en plataformas como Spotify, Deezer o YouTube, que operan con esquemas de suscripción, publicidad o modelos híbridos. Jáuregui define el streaming como “la distribución digital de archivos multimedia a través de la difusión continua por una red informática”, y su consolidación entre 2006 y 2015 amplió el alcance del producto musical como servicio digital. Este ecosistema ha permitido a músicos independientes, incluidos artistas urbanos ecuatorianos, difundir su obra globalmente sin depender de sellos tradicionales (Marín et al., 2022).

El modelo Freemium, presente en Patreon o Ko-fi, refuerza la lógica de monetizar mediante membresías, acceso anticipado y recompensas. Como indica Bazzara (2021), “los creadores gestionan la lógica relacional entre quien produce y quien escucha, estrechando vínculos que convierten al oyente en parte de una comunidad”. Para músicos urbanos, este enfoque no solo vende canciones, sino que construye comunidades que respaldan la música como acto identitario.

La “economía de los creadores” expande este paradigma al permitir que productores de Beats y servicios de mezcla comercialicen licencias, contenidos exclusivos o experiencias personalizadas. (Villegas , 2022) destaca que “existe una amplia gama de creadores que están construyendo negocios de forma independiente para monetizar un contenido, una idea o incluso su personalidad”.

Finalmente, el modelo networking, impulsado desde los 90 con la digitalización y el mp3, instauró un entorno reticular donde los músicos pueden actuar como creadores, distribuidores y promotores de su obra (Marín et al., 2022). Para artistas urbanos ecuatorianos, este entorno representa la oportunidad de gestionar licencias digitales y monetizar directamente su producción sin intermediarios, algo que se alinea con la propuesta de plataforma desarrollada en este proyecto.

2.4 Experiencia del usuario y diseño web inclusivo

Los marcos de trabajo adaptativos y el enfoque mobile-first son esenciales para diseñar sitios web que garanticen una experiencia fluida en distintos dispositivos. Se destaca que “el foco no está en mostrar la mayor cantidad de información posible sino en ofrecer al usuario una experiencia de navegación agradable y libre de saturaciones” (De la Cruz & Morejón, 2024). En el caso de una plataforma musical enfocada en jóvenes creadores urbanos, priorizar un diseño limpio, adaptable y libre de sobrecarga visual permitirá mejorar la accesibilidad para artistas con recursos limitados o conectividad inestable.

El uso de herramientas para desarrollar una página como Tailwind CSS facilita la creación de interfaces modulares que se ajustan automáticamente a las pantallas del usuario. Este tipo de diseño permite escalar las funcionalidades de la plataforma sin comprometer la coherencia visual entre versiones móviles y de escritorio (De la Cruz & Morejón, 2024). Para una aplicación que busca vender pistas musicales, esta flexibilidad es clave para atraer tanto a usuarios técnicos como a músicos autodidactas que acceden desde sus teléfonos.

La esquematización visual, según (Cordero, 2018), Minimiza la carga cognitiva y facilita al usuario la identificación de caminos de navegación previsibles. En el marco de su estudio, descubrieron que una adecuada organización gráfica potencia la comprensión de menús, botones y etiquetas, particularmente en entornos educativos con diversas capas de acceso. En relación a tu plataforma, esto significa que los botones destinados a reproducir, adquirir, y los filtros de clasificación por género o precio, deberían situarse de manera

estratégica para optimizar la experiencia, incluso para aquellos usuarios que no tengan experiencia anterior en plataformas digitales.

La inteligencia artificial se ha vuelto un recurso central para personalizar la experiencia digital. (Salgado-Reyes, 2023) señala que “la IA permite detectar patrones y adaptar el contenido a las preferencias individuales del usuario”, lo que incrementa su satisfacción y fidelidad. En una tienda de pistas musicales, la IA puede sugerir Beats similares según el historial de navegación del cliente o adaptar la interfaz a los hábitos del productor que sube su contenido, favoreciendo la interacción y recompra.

Además de la personalización, el estudio también advierte sobre desafíos éticos: “la implementación de IA en la experiencia del usuario plantea retos relacionados con la privacidad y la protección de datos” (Salgado-Reyes, 2023). Para la plataforma que estás desarrollando, esto se traduce en la necesidad de que los formularios de registro, carga de contenido y métodos de pago estén alineados con la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales de Ecuador, reforzando la confianza digital del usuario.

El uso de herramientas de tracking anónimas y eye-tracking se ha consolidado como técnica para evaluar la facilidad de uso en interfaces responsivas. (De la Cruz & Morejón, 2024), “estas tecnologías permiten identificar cómo reaccionan los usuarios ante ciertos layouts o flujos de interacción”. Si se implementa una funcionalidad de vista previa para pistas musicales, estas métricas podrían indicar si los botones están siendo ignorados, si el reproductor es claro o si el flujo hacia la compra es intuitivo.

Finalmente, un diseño inclusivo va más allá de la adaptación tecnológica y requiere sensibilidad cultural. En un contexto como el ecuatoriano, el diseño debe reflejar la diversidad de idiomas visuales y simbólicos de los músicos urbanos. Al adaptar las interfaces a las realidades locales, se fortalece la identidad del territorio en el entorno digital, garantizando la accesibilidad para distintas audiencias (Rosello, 2022). De esta manera, el diseño inclusivo no es solo una cuestión de funcionalidad, sino un acto de representación cultural que vincula

de forma coherente la experiencia del usuario, la cultura digital y la economía creativa del país.

2.4.1 Fidelización y gamificación en plataformas musicales

La gamificación se define como la incorporación de características propias de los juegos con la finalidad de establecer interacciones que resulten interesantes y placenteras para los usuarios, fomentando de esta manera su fidelización al aprovechar el interés que estos sienten por dichos elementos (Parra y Torres, 2018). La integración de componentes lúdicos en entornos digitales no solo atrae el interés de los usuarios, sino que también ejerce un impacto positivo en su motivación y en su elección de seguir utilizando la plataforma.

En el sector del comercio y el marketing online, la incorporación de la gamificación ha demostrado ser una estrategia eficaz para mejorar tanto la captación como la fidelización de consumidores. (Andocilla et al, 2024) Ellos subrayan que las experiencias que incluyen elementos como retos y recompensas resultan efectivas para mantener el interés a largo plazo, lo que a su vez refuerza la conexión entre la marca y el consumidor. Estas tácticas son significativas en el ámbito de las plataformas de música, donde la interacción continua y la lealtad de los usuarios son fundamentales para garantizar la viabilidad del modelo de negocio.

(Valenzuela, 2021) La gamificación va más allá del simple entretenimiento, ya que se transforma en un motor de compromiso y aprendizaje en diversas circunstancias, incluyendo espacios digitales innovadores. Algunas de sus características más sobresalientes son:

- **Habilidades:** El desarrollo de competencias como resolución de problemas y toma de decisiones a través de retos interactivos.
- **Actitudes:** Generación de actitudes positivas hacia la marca o comunidad mediante experiencias gratificantes.
- **Conocimiento:** Aumento de la comprensión de procesos o productos a través de la interacción lúdica.

En el campo de la gamificación, se pueden reconocer tres aspectos fundamentales: las dinámicas, que se relacionan con las motivaciones y las necesidades innatas de los individuos; las mecánicas, que se centran en acciones concretas como competencias, retos, retroalimentación y recompensas; y los componentes, que comprenden puntos, medallas, logros, niveles y clasificaciones. (Guzmán et al., 2020; Valero, 2019). Al implementar estratégicamente estos elementos, se genera un entorno que permite a los usuarios experimentar tanto progreso como reconocimiento, lo que incrementa su nivel de compromiso.

En el sector de la música, se han implementado estas estrategias de manera exitosa, como los descuentos de BeatStars y los accesos especiales para los productores que logran ciertos niveles de ventas o de actividad. En el caso de la plataforma Dkusi Beats, la gamificación puede adaptarse a la cultura urbana y el contexto ecuatoriano mediante:

- **recompensas para Artistas** según sus compras (descuentos y Exclusivas).
- **Rankings semanales** de pistas más descargadas y más valoradas.

La lealtad se convierte, en este contexto, en una estrategia esencial que va más allá de simplemente retener a los usuarios, al buscar cultivar una comunidad vibrante y dedicada. De esta manera, la gamificación supera su función puramente visual o promocional, convirtiéndose en una componente operativa que se integra en el modelo empresarial, enriqueciendo de forma sostenida la experiencia del usuario y su participación.

Marco Conceptual

2.5 Herramientas tecnológicas para el desarrollo de la plataforma

2.5.1. Frontend (HTML, CSS, JavaScript): diseño visual e interacción musical

2.5.2 Front End

Front End es la parte de una aplicación que los usuarios ven y con la que interactúan; también se le llama lado del cliente. Básicamente, el diseño de una página web. Aquí se implementarán las interfaces visuales que mostrarán las pistas musicales, detalles como instrumentos utilizados, botones interactivos para reproducir. Debemos filtrar pistas, realizar compras. (Perez, 2021)

2.5.3 JavaScript

Es un lenguaje de programación o de secuencias de comandos que te permite implementar funciones complejas en páginas web; cada vez que una página web hace algo más que sentarse allí y mostrar información estática para que la veas, como mostrar oportunas actualizaciones de contenido, mapas interactivos, animación de gráficos 2D/3D, desplazamiento de máquinas reproductoras de vídeo, etc., puedes apostar que probablemente JavaScript está involucrado. Este lenguaje va a agregar una interactividad y dinamismo a la página porque permite las funciones como la reproducción de piezas musicales, implementando reproductores de audio, actualizaciones en tiempo real de la lista de pistas disponibles, creación de formularios interactivos para pagos o contactos, implementación de efectos visuales que mejoren la experiencia para el usuario. (Fernandez, 2023)

2.5.4 HTML y CSS

Es un estándar aceptado y reconocido a nivel mundial. Sus estándares son desarrollados por la organización sin fines de lucro World Wide Web Consortium (W3C), que

lo define como "un lenguaje universal que permite distribuir información en todo el mundo". Tendrá el propósito de crear secciones para la plataforma como la galería de las pistas descripciones de botones de compras y la sección de contacto. (Fernandez, 2023)

CSS es un lenguaje de marcado que define cómo se muestra el contenido de un sitio web. Incluye elementos como color, fuente o imágenes cuyo código se combina con HTML para crear una página completa. (Fernandez, 2023)

2.5.5 Tailwind

“TailwindCSS ofrece clases predefinidas encargadas de aplicar Media Queries de forma más ágil” y facilita la implementación de diseños adaptativos que se ajustan automáticamente a diferentes dispositivos (Roldán, 2023). En el contexto del desarrollo de una página web enfocada en el género urbano, Tailwind permite construir interfaces modernas con identidad visual clara, adaptables tanto a móviles como a escritorio, sin

2.6 Backend (base de datos (SQL SERVER), PHP, seguridad)

2.6.1 backend

Es la parte de una página web que no se ve, pero que es muy importante para que todo funcione correctamente. En el sistema se establecen las reglas lógicas de una página web o aplicación. Incluye la lógica, el manejo de datos y medidas de seguridad para que la aplicación funcione bien y sea confiable. Así, todas las acciones realizadas en la página deben funcionar correctamente. Servirá para manejar la lógica de la página, como la gestión de pagos y de las acciones, controlar decisiones de usuario y almacenamiento seguro de datos. (Gustavo, 2022)

2.6.2 SQL server

SQL Server fue utilizado como sistema de gestión de base de datos (DBMS) para el presente desarrollo. Su elección se fundamenta en su robustez, escalabilidad y capacidad de manejar grandes volúmenes de información de forma segura. En esta base de datos se almacenan todos los registros relevantes del sitio web, como datos

de usuarios, historial de compras, información de pistas musicales, y demás elementos necesarios para el correcto funcionamiento del sistema. Se implementaron procedimientos almacenados y vistas para optimizar el rendimiento en las consultas más frecuentes, así como claves primarias y foráneas para garantizar la integridad referencial de los datos. (Rubio, 2020)

2.6.3 PHP

PHP es el lenguaje de programación del lado del servidor utilizado para desarrollar la lógica de la aplicación. Se encargó de procesar las solicitudes del usuario, interactuar con la base de datos y generar las respuestas dinámicas necesarias. (Celi, 2023)

Gracias a su compatibilidad con SQL Server mediante controladores específicos como PDO_SQLSRV, PHP permitió una comunicación fluida con la base de datos. Además, se aplicaron buenas prácticas de programación como la separación de lógica en archivos independientes, uso de funciones reutilizables y validación de datos en el servidor.

2.6.4 Seguridad

En un entorno digital en constante evolución, la seguridad de la información y la protección de los datos son de máxima prioridad. (Lezcano et al , 2023) Con el objetivo de fortalecer la seguridad de nuestra plataforma, se planea implementar un conjunto de medidas de protección clave. A continuación, te presento lo mas importante que debemos integrar a futuro dentro de la pagina web:

- Implementar políticas de contraseñas sólidas y autenticación multifactorial (MFA) para proteger el acceso a los datos.
- Utilizar el cifrado de datos tanto para el almacenamiento como para la transmisión de información.

- Establecer mecanismos de control de acceso robustos y el uso de cortafuegos.
- Incorporar sistemas de detección y prevención de intrusos.
- Considerar el uso de tecnologías emergentes como Machine Learning e inteligencia artificial para el análisis de seguridad.
- Utilizar tecnologías como blockchain para fortalecer la seguridad de los datos.

2.7 Marco Legal

La plataforma digital para la promoción y venta de pistas musicales del género urbano en Ecuador se fundamenta en un marco legal que garantiza un funcionamiento seguro, ético y profesional. Aunque se utilizan métodos de pago simulados, la plataforma fue diseñada bajo principios del comercio electrónico real, lo que asegura su futura integración con pasarelas de pago sin comprometer la legalidad del sistema.

Este proyecto coincide con las regulaciones ecuatorianas referentes a Comercio Electrónico, Propiedad Intelectual y Protección de Datos Personales. Asimismo, se integran prácticas internacionales a través de los estándares ISO/IEC 27001 (seguridad) e ISO/IEC 40500 (accesibilidad), estableciendo las bases para mejorar la ciberseguridad, la confianza del usuario y la sostenibilidad técnica del sitio.

2.7.1 Normativas de Comercio Electrónico y Protección de Datos Personales

El proyecto se alinea con la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, la cual otorga validez legal a las transacciones y contratos digitales. En cumplimiento de esta normativa, la plataforma incorpora un documento de Términos y Condiciones que el usuario debe aceptar durante el registro, garantizando que esté informado sobre las condiciones de uso y compra, tal como lo exige el Artículo 15. Adicionalmente, el sistema fue diseñado para que las condiciones contractuales sean accesibles en todo

momento, cumpliendo con el Artículo 17 que exige mantener visible el contrato después de la compra.

Asimismo, la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (2021) es un pilar fundamental para el diseño del sistema. En concordancia con los principios de seguridad y consentimiento libre e informado (Art. 8, Art. 12 y Art. 37), la plataforma implementa medidas de seguridad por diseño (Art. 39). Esto incluye el cifrado de contraseñas, la validación de entradas y el control de accesos, prácticas que se complementan con las directrices del estándar ISO/IEC 27001 para la gestión de seguridad de la información.

2.7.2 Derechos de Autor y Propiedad Intelectual

La Ley de Propiedad Intelectual (2006) es el fundamento legal para el modelo de negocio de la plataforma. Esta ley protege la obra de los compositores musicales (Art. 8) y otorga a los autores la exclusividad sobre la reproducción y distribución de sus creaciones (Art. 20).

La plataforma Dkusi Beats opera bajo los siguientes principios, en cumplimiento de esta ley:

- **Protección del autor:** La plataforma valida que las pistas comercializadas son propiedad de los productores que las suben, en cumplimiento del **artículo 4** que protege a los autores de obras originales.
- **Licenciamiento claro:** Se ofrecen **licencias visibles y bien definidas** en el sitio, en línea con buenas prácticas recomendadas en entornos de distribución musical digital. Esto permite que los compradores conozcan los términos de uso de la música y fomenta un comercio transparente.
- **Protección técnica del contenido:** Enmarcado en el principio de "seguridad por diseño" (Art. 37), la plataforma adopta medidas técnicas para limitar la reproducción, copia y descarga no autorizada de las pistas, asegurando que cada transacción respete los derechos económicos del autor.

2.7.3 Promoción y Fomento de la Música Nacional

El proyecto también responde a políticas públicas culturales, como la Ley Orgánica de Cultura (2016) y la Ley Orgánica de Comunicación (2019). La plataforma Dkusi Beats se alinea con los mandatos de estas leyes al fomentar la circulación de contenidos musicales locales (Art. 73 de la Ley de Cultura) y al promover a artistas emergentes. De este modo, el proyecto no solo cumple funciones comerciales y tecnológicas, sino que también contribuye al fortalecimiento del ecosistema musical nacional.

La sección "Términos y Condiciones" mencionada en este marco legal es un documento que fue redactado en la fase de diseño del proyecto. En su estado actual, la plataforma prototipo incluye un enlace a este documento, lo cual cumple con la obligación legal de informar a los usuarios. Su implementación completa para un entorno real requeriría un proceso de validación legal más exhaustivo.

Si bien el marco normativo ecuatoriano ofrece soporte legal para el comercio electrónico, la protección de datos y la propiedad intelectual, su aplicación en entornos digitales de emprendimientos culturales presenta desafíos prácticos. (Barragán, 2025) Una supervisión restrictiva, la carencia de educación digital entre los usuarios y la baja utilización de plataformas de pago nacionales podrían obstaculizar una implementación completa. Aunque estos factores no comprometen la viabilidad técnica, será necesario enfrentarlos en etapas futuras del proyecto para asegurar su funcionamiento en un contexto comercial auténtico.

3.0 Marco Metodológico

3.1 Enfoque de la investigación

En el presente trabajo se adopta un enfoque cualitativo, inicialmente centrado en el estudio de las prácticas y percepciones de los usuarios sobre el consumo de música digital, la venta de pistas y el uso de herramientas tecnológicas por parte de artistas urbanos ecuatorianos. Este enfoque permite una comprensión profunda de las realidades culturales,

sociales y digitales que configuran la escena musical actual en el país. (Peñalver & Porta 2021), las tecnologías digitales no deben limitarse al desarrollo de destrezas técnicas, sino que deben entenderse como recursos que estimulan el pensamiento crítico, la reflexión y la construcción de propuestas educativas y creativas en torno a la música.

Por lo tanto, el presente proyecto se enmarca dentro de una investigación de enfoque mixto, integrando elementos cualitativos y cuantitativos de forma complementaria. Esta decisión metodológica está respaldada por experiencias similares en el campo de las tecnologías aplicadas a la educación y la cultura digital. (Hueso, 2022), por ejemplo, emplea una metodología mixta al combinar análisis cualitativo (etnografía virtual) con análisis cuantitativo (bibliometría y predicciones algorítmicas) para estudiar la relación entre plataformas educativas MOOC y la Agenda 2030, lo que demuestra la eficacia de este enfoque en investigaciones con componente tecnológico y social.

La integración de estas estrategias es clave para alcanzar las metas del proyecto, considerando tanto el aspecto técnico como el social. El enfoque cualitativo, mediante el examen de entrevistas, orienta la creación de una interfaz de usuario (UX/UI) que se adapte a diferentes culturas. En cambio, el enfoque cuantitativo, respaldado por encuestas y datos estadísticos, proporciona una justificación para establecer una base de datos sólida, simular procesos de pago y evaluar el rendimiento del sistema. Esta combinación de métodos garantiza una solución tecnológica que sea relevante y esté bien fundamentada.

La estrategia mixta utilizada en este estudio fue seleccionada de acuerdo con los propósitos generales y específicos, asegurando que cada fase del método aporte pruebas para alcanzarlos. Las técnicas cualitativas, como las entrevistas, analizaron en profundidad la percepción del problema y las necesidades, mientras que las técnicas cuantitativas, que abarcan encuestas y evaluaciones funcionales, ofrecieron datos medibles que respaldan la efectividad para el desarrollo de proyecto.

3.2 Alcance de la investigación

Esta investigación tiene un enfoque exploratorio y descriptivo, centrado en el desarrollo de una plataforma web para la comercialización de pistas musicales del género urbano, orientada a artistas emergentes en Ecuador. Se busca comprender las necesidades, barreras y oportunidades existentes en el ecosistema musical digital del país, así como validar la viabilidad técnica, cultural y económica de una propuesta adaptada a este contexto. El estudio abarca tanto el análisis de las condiciones actuales del mercado como el diseño e implementación de una solución funcional que permita a los artistas promover y vender su trabajo de forma segura y profesional.

Desde una perspectiva exploratoria, la investigación aborda una problemática poco estudiada en el país: la ausencia de plataformas digitales locales especializadas en el género urbano y adaptadas a los métodos de pago y capacidades técnicas del contexto ecuatoriano. Se examinan fenómenos como la informalidad laboral en el sector artístico, la brecha digital en el acceso a herramientas tecnológicas, y la exclusión de artistas independientes de los circuitos de comercialización profesional. Al tratarse de un terreno con escasa documentación previa, se busca identificar patrones, necesidades y oportunidades para futuras investigaciones y desarrollos más amplios.

- En cuanto al enfoque descriptivo, se caracterizan elementos específicos del entorno digital musical en Ecuador, tales como:
- Las condiciones actuales de acceso y uso de plataformas digitales por parte de los artistas.
- Las dificultades técnicas, económicas y formativas que enfrentan para comercializar pistas musicales.
- Las funcionalidades clave requeridas por los usuarios para confiar en una plataforma local (métodos de pago, diseño responsivo, seguridad, personalización).

- La percepción del público sobre la profesionalización del género urbano en entornos digitales.

Al combinar enfoques exploratorios y descriptivos, la investigación ayudó a comprender profundamente las limitaciones estructurales del ecosistema de la música urbana en Ecuador y las oportunidades viables de intervención a través de soluciones tecnológicas contextualmente relevantes. Este análisis fue clave para definir claramente los aspectos técnicos, funcionales y socioculturales que la plataforma web necesitaba incluir, guiar directamente el logro de los objetivos del proyecto. De esta manera, el trabajo no solo aborda los desafíos operativos relacionados con la comercialización de pistas musicales, sino que también contribuye a fortalecer la inclusión digital, la visibilidad artística y la profesionalización del sector musical independiente a través de una herramienta innovadora adaptada al entorno local.

3.2.1 Benchmarking de plataformas similares.

Como parte del enfoque exploratorio de esta investigación, se desarrolló un ejercicio de benchmarking para analizar plataformas existentes relacionadas con la venta de pistas musicales y la promoción del género urbano. El objetivo fue identificar fortalezas, debilidades y oportunidades que permitan diferenciar una nueva propuesta enfocada específicamente en el mercado ecuatoriano revisar *anexo 6*.

3.3 Tipo y diseño de investigación

Este estudio se considera una investigación aplicada, ya que su propósito esencial es crear una solución tecnológica que sea práctica: una plataforma en línea destinada a la comercialización de pistas musicales urbanas, la cual aborda una necesidad específica dentro del ámbito musical de Ecuador. A diferencia de una investigación puramente teórica, este trabajo se enfoca en convertir el conocimiento generado en una herramienta que aporte valor social, cultural y comercial.

Además, se opta por un diseño de tipo no experimental y transversal, en el que se lleva a cabo la recopilación de datos en un momento determinado. No se examinan cambios en el comportamiento de los usuarios a lo largo del tiempo, sino que se observa su situación actual en cuanto a percepciones, acceso y disposición para utilizar plataformas digitales de música. Este enfoque es adecuado para verificar, de acuerdo con los objetivos establecidos, las funcionalidades que los usuarios requieren y la factibilidad del sistema propuesto antes de su implementación definitiva.

3.4 Delimitación de la investigación

La presente investigación se desarrolló entre los meses de agosto 2024 y febrero 2025, periodo del cual se llevó a cabo la planificación, análisis de datos, análisis de información y desarrollo de la plataforma web propuesto. Este Marco temporal permitió organizar el proyecto en etapas específicas, como la investigación preliminar, entrevistas, encuestas, diseños, prototipos y programación.

Para la delimitación espacial se centró en la provincia del Guayas, especialmente en las zonas urbanas, como Guayaquil Durán, y Samborondón donde se concentra una amplia comunidad de artistas y productores musicales vinculados al general urbano. Esta región fue seleccionada por su representa habilidad cultural y musical dentro del país, así como por su dinamismo, en términos de acceso a tecnologías digitales, conectividad y creación de contenido de alta, presencia de jóvenes, creadores, estudios independientes y propuestas musicales emergentes en Guayas, justifica su elección como zona estratégica para la implementación de la plataforma.

Las encuestas fueron dirigidas exclusivamente para los artistas y productores musicales, en aquellos que desarrollan su actividad desde la informa, habilidad, el auto aprendizaje o entorno de escaso, acceso a herramientas digitales. Estas encuestas de distribuyeron de formato digital, mediante formularios compartidos por el productor, permitiendo obtener datos cuantificables sobre sus principales dificultades para comercializar

música en línea, el nivel de conocimiento técnico, y el aspecto activas frente a las plataformas de venta de pistas musicales. Por otro lado, las entrevistas fueron gestionada de forma más diversa, incluyendo no solo artista, sino también, estudiantes, escuelas secundarias, estudiantes de derecho y deportistas, con el propósito de esperar como distintos perfiles juveniles, perciben el valor de una plataforma musical digital y qué elementos consideran necesarios para su funcionamiento, usabilidad o confiabilidad. Esta diversidad permitió conceptualizar mejor el proyecto integrando oficios externos en el ámbito artístico directo, pero igualmente relevantes como son los potenciales

En cuanto a la limitación del trabajo, el proyecto se enfoca exclusivamente en genero urbano por su creciente publicidad, entre algunos ecuatorianos y su potencial, espacio de creación cultural y de emprendimiento creativo. La selección de esta temática responde a la necesidad de contar completo por unos digitales que reconozcan y potencien las expresiones musicales del entorno urbano, local, visualizando, artistas que tradicionalmente han estado al margen de las industrias culturales formales.

Finalmente, la selección de la región y del objetivo estudio no se arbitrará, sino que responde a una intención clara de contextualizar la solución tecnológica dentro de una realidad concreta: la de los artistas emergentes, que si bien presenta motivación enfrentan múltiples limitaciones estructurales para profesionalizar su trabajo Así, esta limitación permite enfocar los esfuerzos del proyecto en un sector estratégico con un potencial crecimiento, impacto social y escalabilidad futura.

3.5 Población y muestra

El grupo objetivo de este estudio está compuesto por artistas y productores del ámbito musical urbano, principalmente ubicados en la provincia del Guayas, además de jóvenes estudiantes y otros miembros del ecosistema creativo digital. La elección de esta muestra se enfocó en áreas urbanas significativas como Guayaquil, Durán y Samborondón, las cuales se distinguen por tener una densa concentración de propuestas musicales emergentes y por

contar con las condiciones tecnológicas y de conectividad necesarias para el desarrollo de soluciones digitales. Esta elección metodológica se basa en la importancia histórica y cultural de Guayaquil como un núcleo esencial para la producción musical en el país. En particular, Guayaquil posee una notable herencia sonora que se ha construido a través de las transmisiones radiales, donde se forjaban las conexiones entre productores y artistas antes de la llegada de los sellos discográficos independientes. (Pérez Valero & Campos, 2019, p. 5) Al enfocarse en esta región, el proyecto se alinea con una rica historia de dinamismo y creatividad musical, lo que justifica su selección como una ubicación estratégica para implementar una plataforma que busca preservar y ampliar este legado en el ámbito digital.

3.6 Métodos Empleados

La presente investigación aplicó métodos empíricos con el objetivo de recolectar información directa del entorno musical urbano en la provincia del Guayas, y comprender las condiciones reales que enfrentan los artistas y productores independientes en el proceso de comercialización digital de sus obras. Los métodos utilizados fueron:

- **Cuestionario:** Se diseñó un instrumento estructurado que incluía tanto preguntas cerradas como abiertas, el cual fue administrado de manera digital a través de formularios en línea. Este cuestionario se enfocó específicamente en artistas y productores de música urbana que operan en la informalidad o en entornos con acceso restringido a herramientas digitales. Las preguntas indagaron en variables esenciales, tales como el conocimiento tecnológico, el uso de plataformas, las preferencias de métodos de pago, los hábitos de producción y las perspectivas sobre la profesionalización del género urbano. Para analizar estos datos, se utilizó estadística descriptiva, permitiendo identificar frecuencias, porcentajes y patrones de comportamiento, lo que facilitó la toma de decisiones en relación con la estructura funcional del sitio web.

- Entrevista: Se utilizaron entrevistas semiestructuradas como técnica cualitativa para obtener información profunda y contextualizada. Estas entrevistas no se limitaron a artistas y productores, sino que se aplicaron a perfiles diversos (estudiantes, profesionales), con el propósito de conocer cómo distintos perfiles perciben la funcionalidad, usabilidad y valor social de la plataforma. Este enfoque permitió conceptualizar mejor el proyecto e integrar perspectivas externas que resultaron relevantes para aspectos estratégicos como las métricas de rendimiento y la profesionalización del artista.
- Observación: Con un enfoque adicional, se llevó a cabo un análisis no sistematizado de plataformas musicales en funcionamiento, tanto a nivel nacional como global. El objetivo fue reconocer las tendencias de diseño, las estructuras operativas, las tecnologías empleadas, los sistemas de pago y los grados de accesibilidad. Este análisis proporcionó información técnica que contribuyó al diseño del prototipo web, garantizando su viabilidad en el contexto de Ecuador.

Métodos estadísticos

Los métodos estadísticos cumplieron una función clave en el procesamiento y análisis de los datos recolectados mediante los cuestionarios aplicados. Se utilizó estadística descriptiva para:

- Determinar frecuencias y porcentajes en las respuestas cerradas,
- Identificar tendencias de comportamiento digital de los productores y artistas,
- Visualizar los datos en gráficos e interpretaciones cuantitativas que apoyaron la toma de decisiones en la estructura funcional del sitio web.

Este tratamiento estadístico permitió establecer generalizaciones preliminares, validar necesidades detectadas en la población objetivo, y reforzar el diseño del sistema en aspectos como pasarelas de pago, categorías de contenido, y experiencia de usuario.

3.7 Procesamiento y análisis de la información

En esta sección se detalla el procedimiento aplicado para procesar y analizar la información obtenida a través de los distintos instrumentos utilizados en la investigación. Dado que el estudio empleó un enfoque mixto, se trabajó con datos tanto cuantitativos como cualitativos. Por ello, fue necesario aplicar distintas estrategias de organización, codificación y tratamiento de la información, en función del tipo de datos recolectados.

3.7.1 Procesamiento de la información

Se procesaron sistemáticamente datos cuantitativos de encuestas estructuradas a artistas y productores de música urbana. La información se organizó en tablas (Microsoft Excel) para su clasificación, tabulación y procesamiento. Esta metodología permitió una organización eficiente de las respuestas según variables clave como la edad de los participantes, sus conocimientos tecnológicos, sus hábitos de compra y los métodos de pago que utilizaban o preferían.

Se utilizó estadística descriptiva para el análisis, con funciones básicas de Excel para determinar frecuencias y porcentajes. Esta técnica permitió identificar patrones y tendencias relevantes, como la familiaridad con las plataformas web, el interés en los sistemas de pago locales y la frecuencia con la que los productores venden canciones digitales. Estos datos fueron cruciales para la toma de decisiones sobre la estructura funcional de la plataforma web.

3.7.2 Análisis de la información

Los datos cualitativos de las entrevistas semiestructuradas y las respuestas a cuestionarios abiertos se codificaron manualmente. La información de las entrevistas escritas se resumió en matrices temáticas y los encuestados la categorizaron, como "percepciones de la profesionalización artística", "expectativas de las plataformas digitales" y "sugerencias funcionales".

Para evaluar estos datos, se realizó un análisis temático que permitió interpretar la información según bloques de significado. Se identificaron patrones de opinión sobre usabilidad, accesibilidad, materiales promocionales y barreras percibidas en el ecosistema musical digital. Estas interpretaciones se compararon con los resultados de la observación directa de las plataformas, lo que facilitó la triangulación de la información y reforzó la relevancia de la propuesta tecnológica.

3.8 Elementos Metodológicos específicos para TI

En la ejecución de este proyecto, se eligió el marco de trabajo ágil SCRUM para gestionar el proceso. Esta elección se basa en la necesidad de crear una solución que sea progresiva, flexible y orientada al usuario, tomando como base los requerimientos que surgen del análisis empírico. (Bautista, 2022), SCRUM se considera una metodología sólida y versátil para entornos web en constante cambio, ya que facilita una estructura organizada a través de iteraciones denominadas sprints, además de permitir entregas incrementales y verificación continua (Estrada et al., 2021). Asimismo, fomenta un desarrollo autoorganizado que ayuda a lograr resultados de manera eficiente, fundamentándose en los principios de transparencia, evaluación y adaptación.

La adopción de SCRUM en este proyecto se llevó a cabo de manera simplificada. Se creó un backlog inicial basado en el análisis de las necesidades identificadas a través de entrevistas y encuestas. A partir de esto, se organizó el desarrollo en sprints funcionales, donde cada iteración se centró en un elemento clave del sistema, como el frontend, el catálogo de pistas o la pasarela de pagos. En este marco, se asumieron las funciones de Scrum Master y Product Owner. Al mismo tiempo, los usuarios que participaron en las encuestas y entrevistas se convirtieron en fuentes directas de requerimientos, facilitando la priorización de las funcionalidades según su valor percibido. La retroalimentación constante fue crucial para verificar los progresos y realizar modificaciones a medida que avanzaba el proyecto.

Para llevar a cabo el desarrollo y la implementación de la plataforma, se optó por un entorno de servidor local utilizando XAMPP. La elección de esta herramienta, así como de otras como SQL Server para la gestión de la base de datos, se basa en los estándares tecnológicos establecidos por la empresa Arca continental Ecuador, y fue realizada por el analista de sistemas. Esta opción garantiza la compatibilidad, la familiaridad del equipo con el entorno de trabajo y la mejora de los procesos de desarrollo. Así, el proyecto se beneficia de un conjunto de herramientas que han sido comprobadas y validadas en un entorno profesional. La configuración del entorno de desarrollo, el detalle técnico del software utilizado y capturas del proceso se documentan en el *Anexo 3*

Un punto metodológico crucial fue la decisión de utilizar pagos simulados en esta fase. Esta elección no se debió a una limitación técnica, sino a la necesidad de enfocarse en la validación de la experiencia de usuario y la funcionalidad del sistema sin asumir la complejidad de la integración con pasarelas reales. Esta decisión se alinea directamente con la investigación de fondo, la cual identificó que la falta de confianza en el comercio electrónico y la ausencia de métodos de pago locales adaptados a la realidad ecuatoriana son barreras clave para los artistas. Por ello, el sistema fue diseñado para simular de manera fiel el flujo de una transacción, validando la confianza y la usabilidad antes de una futura implementación de métodos de pago reales y locales, lo que conecta el producto con las necesidades genuinas de la población estudiada.

Con el objetivo de mejorar la ciberseguridad en un contexto de pagos simulados, se tuvieron en cuenta los fundamentos establecidos por la Norma ISO/IEC 27001, que se enfoca en la protección de datos, junto con la ISO/IEC 20000, que trata sobre la gestión de servicios de TI. Aunque la implementación de estos estándares es solo parcial en esta etapa del proyecto, establece un cimiento sólido para el desarrollo de un sitio web seguro y profesional. Este sitio está concebido para facilitar una futura integración con sistemas de comercio electrónico auténticos, lo que ayudará a generar confianza entre los usuarios y a potenciar su competitividad.

3.9 Fases del proyecto

El presente proyecto se estructuró en seis fases fundamentales e interdependientes, siguiendo una lógica iterativa basada en la metodología ágil SCRUM. Esta organización metodológica permitió integrar de manera fluida la planificación estratégica, la recolección exhaustiva de requerimientos, un diseño centrado en el usuario (UX/UI), una implementación técnica robusta con tecnologías específicas, y un análisis de datos empírico continuo. Cada fase se construyó sobre los resultados de la anterior, asegurando la coherencia, la eficiencia del desarrollo y la pertinencia de la solución tecnológica propuesta. A continuación, se detallan las actividades clave y las dependencias que componen el proceso de desarrollo e investigación.

3.9.1 Fase 1: Planificación

La fase inicial de planificación sentó las bases conceptuales y estratégicas del proyecto. Se realizó un análisis profundo del problema central, identificando las carencias en el mercado digital ecuatoriano para la venta de pistas musicales del género urbano y las barreras que enfrentan tanto productores como artistas compradores.

Este análisis permitió la definición clara de los objetivos generales y específicos del proyecto, así como la formulación de la pregunta de investigación global. Paralelamente, se delineó el enfoque metodológico mixto (cualitativo y cuantitativo) y se elaboraron las primeras versiones del marco teórico y la justificación. La elección de SCRUM como marco de trabajo se estableció en esta etapa, organizando el proyecto en sprints y fases adaptativas para garantizar flexibilidad y capacidad de respuesta. Se elaboró un cronograma preliminar y se definieron los perfiles clave de los actores a entrevistar y encuestar, sentando las expectativas de los entregables por fase para una visualización progresiva del sistema y una planificación metodológica sólida.

En esta fase se decidió adoptar SCRUM como metodología de trabajo, estructurando el proyecto en cuatro sprints y etapas adaptativas que promueven la flexibilidad y la capacidad

de respuesta. Se creó un cronograma inicial y se identificaron los perfiles principales de los participantes que iban a ser entrevistados y encuestados, estableciendo así las expectativas sobre los entregables para cada fase, lo que permite una representación gradual del sistema y una planificación metodológica firme.

Dependencia: La culminación exitosa de esta fase es esencial y prerequisite directo para el inicio de la Fase de recolección de requerimientos, ya que establece el marco y el alcance general del estudio y el proyecto, guiando la obtención de información detallada.

3.9.2 Fase 2: Recolección de requerimientos

Esta fase se centró en la inmersión profunda en las necesidades y expectativas del público objetivo a través de la recolección de información primaria, fundamental para un enfoque SCRUM centrado en el usuario. Se diseñaron y aplicaron encuestas digitales dirigidas específicamente a artistas y productores musicales urbanos, con el fin de cuantificar sus hábitos tecnológicos, preferencias de plataformas, métodos de pago utilizados, nivel de profesionalización y las barreras actuales para la comercialización digital. Simultáneamente, se realizaron entrevistas semiestructuradas a una muestra diversa que incluyó a productores, artistas, estudiantes (secundaria y universitarios) y expertos en tecnología, aportando perspectivas cualitativas valiosas sobre la percepción de plataformas digitales, la confianza del usuario, el diseño ideal y las funcionalidades deseadas para la venta y compra de pistas. La síntesis y combinación de los datos cualitativos y cuantitativos permitió la construcción de un backlog inicial detallado de requerimientos funcionales y no funcionales del sistema, los cuales fueron priorizados rigurosamente para el desarrollo en sprints posteriores.

Dependencia: La consolidación del backlog de requerimientos de esta fase es la base fundamental y necesaria para la Fase de Selección de herramientas) y la Fase de diseño UX/UI, ya que el conocimiento profundo de las necesidades del usuario dirige la elección tecnológica y la conceptualización visual y funcional.

3.9.3 Fase 3: Selección de herramientas

Basándose en los requerimientos detallados reunidos y los estándares tecnológicos establecido por la empresa ARCA en la sección 3.8, esta etapa se centró en la meticulosa selección de las herramientas necesarias para desarrollar el sistema web. La decisión de utilizar XAMPP junto con el lenguaje de programación PHP se debió a su frecuente uso dentro de la empresa, lo que proporcionó al equipo una familiaridad con el entorno y facilitó una implementación técnica eficiente. En cuanto al frontend, se utilizaron HTML, CSS y JavaScript como lenguajes fundamentales, lo que permitió crear y diseñar una interfaz de usuario que se adaptara a una variedad de dispositivos. Además, se eligió SQL Server para la administración de la base de datos, en conformidad con los estándares de la organización y su capacidad probada para gestionar de manera robusta la información relacionada con pistas musicales y perfiles de usuario. Estas decisiones tecnológicas, aunque guiadas por las políticas internas, también se sincronizaron con los requerimientos funcionales del proyecto, garantizando que las herramientas seleccionadas fueran las más apropiadas para edificar la plataforma.

Dependencia: La selección final de estas herramientas es una condición indispensable que habilita el inicio y el desarrollo coherente de la Fase 4 (Diseño UX/UI) y, de manera crítica, la Fase de Implementación, ya que define el entorno tecnológico en el que se construirá la plataforma.

3.9.4 Fase 4: Diseño (UX/UI)

Durante esta fase crucial, se materializó la conceptualización visual y funcional del sitio web, con un enfoque primordial en la experiencia del usuario (UX) y la interfaz gráfica (UI), directamente influenciados por los requerimientos previos y las herramientas seleccionadas. Se diseñó una estructura de navegación intuitiva y se definieron los componentes clave utilizando los principios de HTML para la estructuración y CSS (con Tailwind CSS para la utilidad de clases) para el estilo. Esto incluyó el diseño del catálogo de pistas musicales, las etiquetas de categorización (género, estilo), botones interactivos de vista

previa y reproducción, así como simuladores para procesos de descarga de demos y compra. Las secciones informativas para productores y artistas también fueron cuidadosamente estructuradas para promover la autopromoción. El diseño se orientó a una estética urbana, profesional y moderna, que reflejara la identidad del género y maximizara la usabilidad.

Se desarrollaron los primeros prototipos interactivos, los cuales fueron sometidos a una validación preliminar con usuarios potenciales del entorno musical. La retroalimentación obtenida sobre la navegación, la disposición de los contenidos y la presentación visual fue fundamental para realizar ajustes y optimizaciones en la arquitectura del sitio antes de proceder con la programación. Adicionalmente, se garantizó que el diseño fuera completamente adaptable a distintos dispositivos móviles (responsive design).

Dependencia: Los prototipos y diseños aprobados en esta fase son el "mapa" detallado y vinculante que guía directamente las actividades de programación y desarrollo en la Fase de Implementación, asegurando que el producto final cumpla con las expectativas visuales y de usabilidad validadas. (*revisar anexo 6*)

3.9.5 Fase 5: Implementación

Esta fase representa la materialización de los diseños y requerimientos en un sistema funcional, utilizando las herramientas seleccionadas y siguiendo la iteración propia de SCRUM. Se inició con la configuración del entorno de desarrollo y la construcción de la estructura base del sistema, programando con HTML, CSS y JavaScript para el frontend. Hasta el momento, se ha logrado un avance del 65% en el desarrollo del frontend, implementando con éxito componentes críticos como la cabecera principal, el motor de búsqueda, el catálogo de pistas con sus etiquetas visuales, botones de vista previa funcional y simuladores de métodos de pago. La lógica del backend, crucial para la gestión de usuarios, pistas y transacciones, se está desarrollando con PHP y la integración con SQL Server como base de datos. La programación se realizó por bloques funcionales, siguiendo la metodología SCRUM en iteraciones (sprints) definidas, lo que permitió una validación continua de cada componente de forma aislada y una adaptación ágil a los descubrimientos.

De forma paralela, se comenzó la integración progresiva de funcionalidades interactivas clave utilizando JavaScript, como la descarga de demos de pistas, la opción de compartir contenido en redes sociales y una navegación fluida entre las distintas secciones del catálogo. Se utilizó control de versiones a través de GitHub para una gestión eficiente del código, manteniendo una lógica de iteración constante y ajustando elementos según las observaciones de pruebas internas y la documentación de usuarios potenciales. Esta fase también incluye los preparativos esenciales para la futura integración completa de los sistemas de autenticación.

Dependencia: Un progreso significativo en esta fase de implementación es condición fundamental para poder proceder con la Fase de análisis de datos, ya que se requiere una versión operativa de la plataforma para recopilar y evaluar métricas de desempeño y usabilidad reales.

3.9.6 Fase 6: Análisis de datos

El análisis de los datos recolectados se gestionó como una fase transversal a lo largo del proyecto, pero su consolidación formal se realiza al cierre de la recolección empírica y la implementación de las funcionalidades clave, permitiendo una evaluación holística del proyecto. Para los datos cuantitativos obtenidos de las encuestas, se utilizaron herramientas como Microsoft Excel para tabular las respuestas, calcular frecuencias y porcentajes, y generar gráficos explicativos. Este análisis permitió identificar patrones relevantes, como el bajo uso de plataformas de pago internacionales, la necesidad de mayor visibilidad para los artistas y productores locales, y las principales barreras tecnológicas y económicas, proporcionando una base empírica para el proceso de toma de decisiones.

En cuanto a los datos cualitativos provenientes de las entrevistas, se aplicó un análisis temático riguroso, interpretando la información según bloques de sentido y extrayendo patrones de opinión sobre la usabilidad, accesibilidad, herramientas de promoción y las percepciones de los usuarios. Esta combinación de análisis cuantitativo y cualitativo permitió triangular la información y obtener una visión integrada sobre la viabilidad y pertinencia de la

plataforma propuesta, sentando las bases para la discusión de hallazgos y conclusiones finales. Esta fase también implica la retroalimentación final al equipo de desarrollo sobre los datos obtenidos de la plataforma funcional, cerrando el ciclo de inspección y adaptación de SCRUM.

Dependencia: Los hallazgos y las interpretaciones de esta fase son críticos y determinantes para la elaboración de la "Discusión de los hallazgos", las "Conclusiones" y las "Recomendaciones" finales del proyecto, al proporcionar la base empírica y la validación para las afirmaciones del estudio y su potencial futuro.

4.0 Análisis de resultados

En esta parte presentamos los resultados obtenidos durante el desarrollo de sitio web utilizando la metodología ágil SCRUM. El proyecto fue dividido en 4 sprints, permitiendo el desarrolló progresivo de funcionalidades clave: desde el diseño visual hasta la simulación de pagos y el panel administrador. El propósito central del desarrollo de una plataforma web para la venta de pistas musicales del género urbano en Ecuador, orientada a visibilizar el trabajo de productores y artistas emergentes, al tiempo que se solucionan barreras de pago, legalidad y profesionalización digital.

4.1 Visión general del proyecto y cumplimiento de objetivos

La evaluación de los resultados se enmarca en la metodología SCRUM, ilustrando la manera en que cada sprint ayudó a alcanzar los objetivos planteados. El desarrollo de la plataforma se llevó a cabo de forma progresiva, abarcando desde el diseño visual hasta la implementación de la simulación de pagos, lo que facilitó la validación iterativa de cada funcionalidad.

La Tabla 1 proporciona un resumen sobre el grado de cumplimiento de los objetivos generales y específicos del proyecto. En las secciones siguientes, se examina cada objetivo específico de manera exhaustiva, presentando la evidencia técnica, las pruebas funcionales y su relación con el proceso metodológico que fundamenta los resultados alcanzados.

Tabla.1. Tabla de objetivos para el desarrollo del proyecto y los resultados que se obtuvieron

Objetivo planteado	Resultado alcanzado
Desarrollar la arquitectura frontend y backend	Se construyó una arquitectura sólida utilizando HTML, Tailwind CSS, JavaScript, PHP y SQL Server . Se logró una base de datos robusta con tiempos de respuesta óptimos.
Implementar herramientas de interacción y autopromoción	Se diseñaron perfiles personalizables para artistas y usuarios, con campos como nombre artístico, género y enlaces. El sistema incluye historial de pedidos y noticias.
Diseñar una interfaz UX/UI intuitiva y responsiva	La interfaz se adaptó para dispositivos móviles, tablets y escritorio , garantizando navegación fluida entre módulos como catálogo, login, compra y perfil.
Integrar un sistema simulado de métodos de pago locales	Se desarrolló un simulador de pagos por tarjeta o transferencia, con validación de saldo, comprobantes y alertas de éxito o fallo. Protección de datos implementada.

4.1.1 Arquitectura y Gestión de Contenidos

- Desarrollo de la arquitectura:** La creación de la arquitectura se llevó a cabo en un entorno de servidor local utilizando XAMPP y se basó en una pila tecnológica que incluyó HTML, CSS (con Tailwind CSS), JavaScript y PHP. La implementación de esta arquitectura se realizó durante los Sprints 2 y 4, lo que facilitó una conexión efectiva y segura entre el frontend y la base de datos SQL Server, asegurando así la estabilidad del sistema y la adecuada gestión de usuarios y de contenido.
- Gestión de la base de datos:** El diseño de la base de datos se llevó a cabo mediante un modelo de entidad-relación (MER) optimizado. Durante los Sprints 2 y 3, se crearon las tablas que permiten almacenar de manera eficiente los datos de los usuarios, las pistas y las transacciones. Las pruebas funcionales internas, que se centraron en la consulta de pistas musicales, validaron que el sistema mantiene un tiempo de respuesta inferior a 2 segundos, cumpliendo así con los requisitos de la funcionalidad de búsqueda.

- **Sistema de Gestión de Contenidos:** Como resultado del Sprint 4, se desarrolló un panel de administración que facilita la gestión de pistas musicales, noticias y perfiles de usuario. Este sistema simplificado evidenció la factibilidad de un control integral de contenidos, que se erige como el componente central del proyecto.

4.2 Resultados por Sprint (SCRUM)

La implementación del sistema se realizó siguiendo la metodología SCRUM, un enfoque iterativo e incremental que permitió gestionar el proyecto de manera flexible y eficiente. Para ello, se estructuraron las actividades en cuatro sprints, cada uno con objetivos y entregables específicos. Se utilizaron herramientas de gestión como Trello para la planificación y seguimiento, y se mantuvieron cronogramas y backlogs de las funcionalidades, como se detalla en el Anexo 4. Cabe destacar que cada sprint culminó con la producción de entregables funcionales, los cuales fueron evaluados y mejorados continuamente en las fases posteriores.

4.2.1 Sprint 1: Diseño e interfaz

El primer sprint se enfocó en el diseño y la estructura general de la interfaz de usuario, Se definieron las funcionalidades principales de la página de inicio, así como el comportamiento de los modales.

El diseño se desarrolló con Tailwind CSS, priorizando un enfoque responsivo y *mobile-first*. Esto aseguró que la plataforma se adaptara óptimamente a diferentes tamaños de pantalla, lo cual es crucial dado que el análisis de usuarios reveló que la mayoría accede a contenido musical desde dispositivos móviles. El sprint culminó con la creación de los prototipos visuales que sirvieron como guía para la implementación y que fueron validados para garantizar una experiencia de usuario fluida y coherente.

Evidencias



Figura A1.1: Prototipo inicial de la página principal de Dkusi Beats

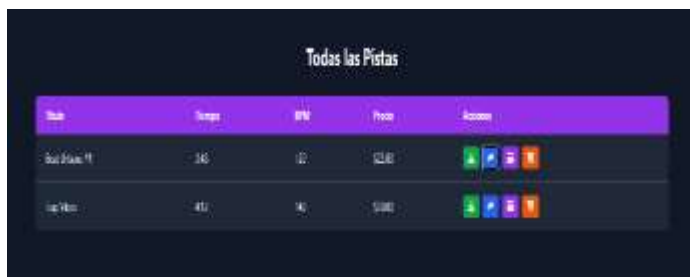


Figura A1.2: Prototipo de la lista de pistas de Dkusi Beats

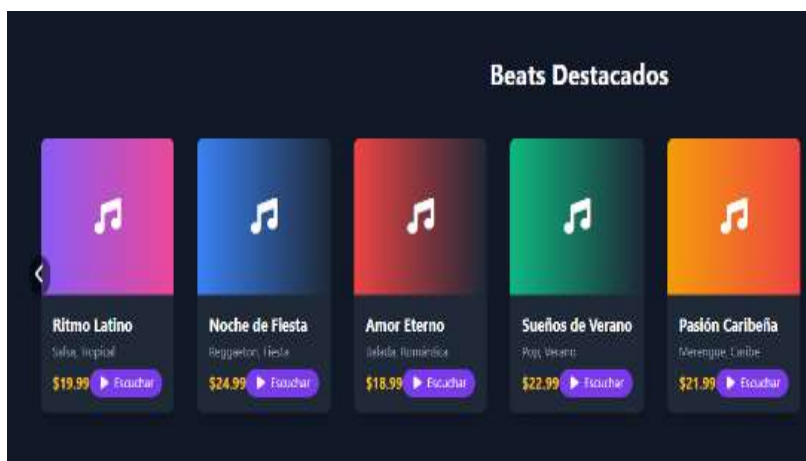


Figura A1.3: Prototipo de la lista de Beats Destacados para la interfaz

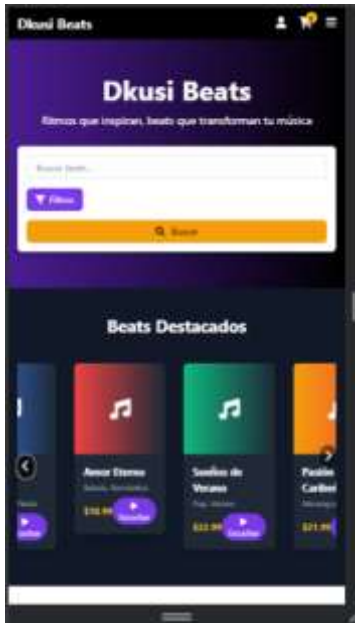


Figura A1.4: Prototipo de la vista de la página en versión móvil

4.2.2 Sprint 2: Registro y autenticación

El Sprint 2 estuvo dedicado al diseño e implementación de los módulos de registro y autenticación. Se desarrolló el formulario de registro y el de inicio de sesión, incorporando validaciones rigurosas para asegurar la integridad de los datos, como la verificación de campos obligatorios, la robustez de las contraseñas y la aceptación de términos y condiciones. La conexión con la base de datos SQL Server se realizó utilizando PHP para gestionar las operaciones de usuario.

En esta fase, se identificaron y corrigieron diversos problemas, incluyendo errores de validación en los formularios y la gestión de sesiones de usuario, garantizando una experiencia de autenticación segura y estable.

Evidencias

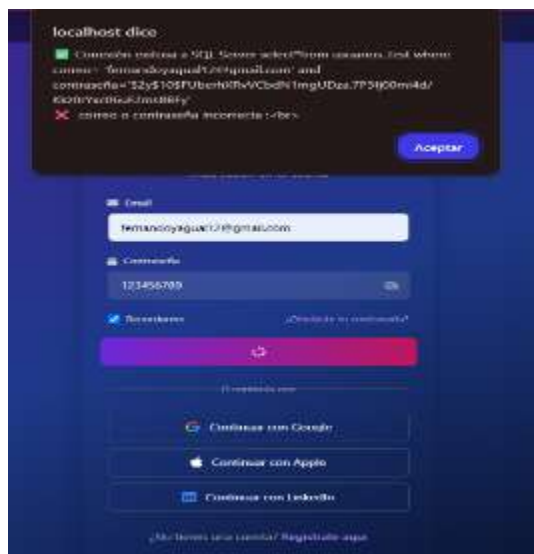


Figura A2.5: Interfaz del formulario de inicio de sesión y mensaje de error de credenciales



Figura A2.6: Mensaje en el inicio de sesión donde indica que hay un fallo con la conexión con la base de datos

localhost dice

☒ Conexión exitosa a SQL Server
 ☒ Usuario registrado correctamente

[Aceptar](#)

Crear Cuenta

Únete a la comunidad de Dikari Beats

Nombre Apellido
 Katty Arias

Email
 katty@gmail.com

Contraseña
Mínimo 8 caracteres, incluyendo una letra mayúscula y un número

Confirmar Contraseña

☒ Acepto los Términos de Servicio y la Política de Privacidad

[Crear Cuenta](#)

Figura A2.7: Interfaz del formulario de creación de cuenta

id	codigo	nombres	apellidos	correo	contraseña	telefono	estado	fec_ing	rol	foto_perfil
2	475177	Fernando	Jimenez	fernandoyaguai12@gmail.com	\$2y\$10\$MqR...	000000	A	2025-06-0...	usuario	NULL
3	277685	roque	mcaas	wrcuz@iolap.com.ec	\$2y\$10\$abRVL...	000000	A	2025-06-0...	usuario	NULL
4	589617	pepe	sanchez	smartiyaguai@gmail.com	\$2y\$10\$TZKID...	000000	A	2025-06-0...	usuario	NULL
5	807914	sarah	Jimenez	yo@gmail.com	\$2y\$10\$BhIGJ...	000000	A	2025-06-1...	usuario	NULL
6	263662	jhon	costeman	fer@gmail.com	\$2y\$10\$XHcaq...	000000	A	2025-06-1...	usuario	NULL
8	01010	Juan Sebastian	Espinosa Escudero	dikari_beats@gmail.com	\$2y\$10\$OjMS...	092565	A	2025-06-1...	administrador	NULL
9	616161	Henry	Nestle	vmast@gmail.com	\$2y\$10\$U8nD...	090333	A	2025-07-0...	administrador	NULL

Figura A2.8: Muestra de datos de usuarios en la base de datos

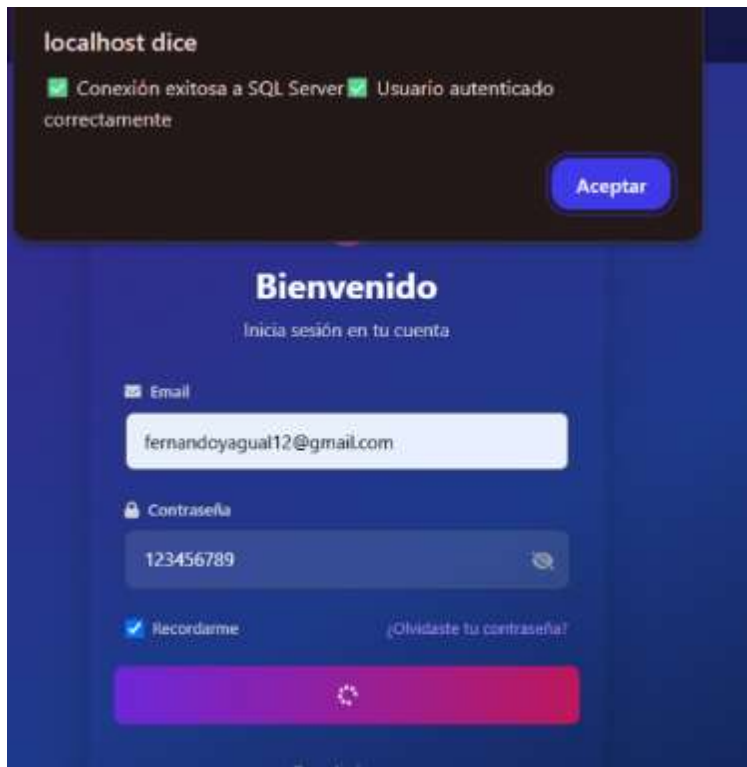


Figura A2.9: Mensaje de autenticación exitosa

4.2.3 Sprint 3: Funcionalidades del catálogo y carrito de compras

El tercer sprint se enfocó en el desarrollo del catálogo de pistas musicales y la implementación del carrito de compras. Se implementó la visualización de la tabla de pistas, incorporando funcionalidades de filtrado y etiquetado para facilitar la búsqueda y organización.

Se hizo un uso combinado de HTML, Tailwind y JavaScript para la creación y gestión de los modales interactivos (ventanas emergentes) que permiten compartir y reproducir las pistas. Además, se desarrolló la funcionalidad de añadir al carrito de compras, permitiendo a los usuarios seleccionar múltiples pistas antes de proceder a la simulación de pago. El carrito muestra un resumen de los productos seleccionados y permite ajustar las cantidades o eliminar ítems.

Durante el desarrollo de este sprint, se corrigieron diversas dificultades técnicas, como modales que no cerraban correctamente, filtros que no funcionaban según lo esperado, y la correcta persistencia de los ítems en el carrito, asegurando una experiencia de usuario fluida y eficiente.

Evidencias

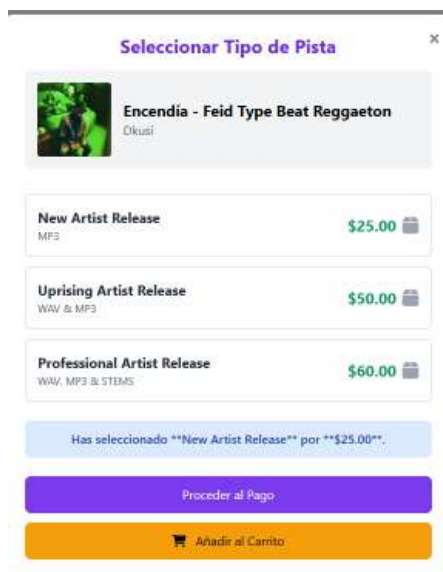


Figura A3.10: Modal de los precios de la pista

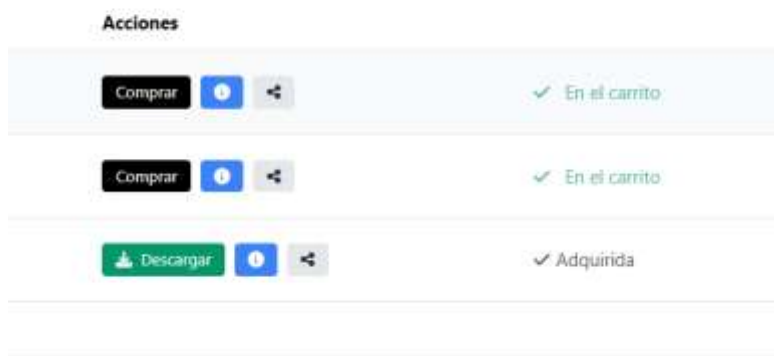


Figura A3.11: la funcionalidad del carrito

**Encendía - Feid Type Beat
Reggaeton**



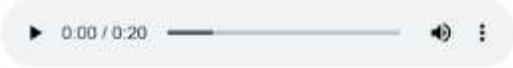
Encendía - Feid Type Beat Reggaeton

Artista: Dkusi

Género: Reggaeton, Mora

Precio Base: \$25.00

Fecha de Subida: 2025-07-07 10:07:04



Precios adicionales:

- **Uprising:** \$50.00
- **Professional:** \$60.00

Figura A3. 12: Modal de descripción de la pista con su pista de prueba

Compartir Pista

Comparte "Prueba 1" en tus redes:



O copia el enlace:

<http://localhost/PROYECTOFINAL/FRO>

Figura A3. 13: Modal para compartir la pista a las diferentes redes sociales



Figura A3. 14: Agrupación de las pistas para hacer una sola compra

4.2.4 Sprint 4: Simulación de pagos, panel de administrador y herramientas de autopromoción

El último sprint se dedicó a llevar a cabo la creación del módulo de simulación de pagos y el panel de administración. Este módulo de pagos permite a los usuarios realizar simulaciones de transacciones utilizando comprobantes o tarjetas de crédito ficticias, generando resultados sobre si el saldo es suficiente o insuficiente. Además, se diseñó un panel de superusuario potente que ofrece a los administradores la posibilidad de añadir nuevas pistas musicales, acceder a estadísticas relevantes sobre la plataforma y modificar diferentes secciones del sitio web. Se hizo un énfasis particular en la seguridad y la validación de datos para salvaguardar la información confidencial y asegurar la integridad del sistema.

Adicionalmente, durante esta etapa se trabajó en la integración de herramientas que mejoran la interacción entre los usuarios y la autopromoción de artistas emergentes, en línea con el segundo objetivo específico del proyecto. Se crearon perfiles de artista personalizables que incluyen elementos como nombre artístico, género musical, biografía, imagen representativa y enlaces a sus obras publicadas. Esta característica permite que cada artista tenga una representación única en la plataforma, fortaleciendo su presencia digital.

Por otro lado, se estableció un foro de discusión operativo que estimula la participación y el intercambio de ideas entre los miembros de la comunidad. Este espacio está diseñado para facilitar conversaciones sobre producción musical, promoción, eventos locales y recomendaciones técnicas. Simultáneamente, se añadió una sección de guías y tutoriales básicos que abordan estrategias de visibilidad, uso de redes sociales, distribución de música digital y cómo aprovechar la plataforma para maximizar la difusión del contenido. Estas herramientas emergen como un elemento esencial dentro del ecosistema web creado, ya que no solo aumentan la usabilidad del sistema, sino que también promueven el talento local.

Evidencias

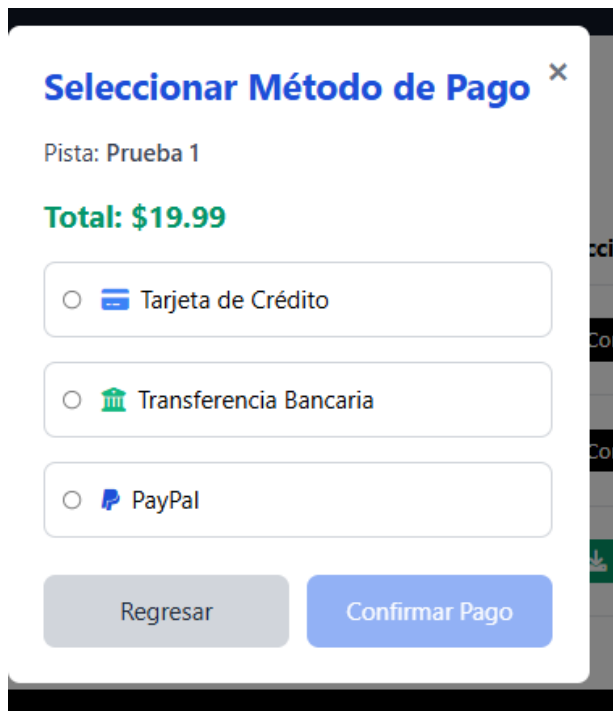


Figura A4. 15: Modal de los métodos de pago para hacer la compra de la pista



Pago con Tarjeta de Crédito ✕

Pista: Prueba 1

Total: \$19.99

Número de Tarjeta

XXXX XXXX XXXX XXXX

Nombre del Titular

Nombre en la tarjeta

Fecha de Caducidad

MM/AA

CVV/CVC

XXX

Regresar Pagar con Tarjeta

Figura A4. 16: Proceso de compra con la Tarjeta de crédito



Transferencia Bancaria ✕

Pista: Prueba 1

Total: \$19.99

Realiza la transferencia a una de estas cuentas:

Banco Guayaquil
Número de Cuenta: 1234567890
Tipo de Cuenta: Ahorros
Cédula/RUC: 0907654321

Banco Pichincha
Número de Cuenta: 0987654321
Tipo de Cuenta: Ahorros
Cédula/RUC: 1234567890

Subir Comprobante de Pago (Máx 5MB)

Seleccionar archivo Sin archivos seleccionados

Formatos permitidos: JPG, PNG, PDF

Regresar Confirmar Transferencia

Figura A4. 17: Método de pago por transferencia

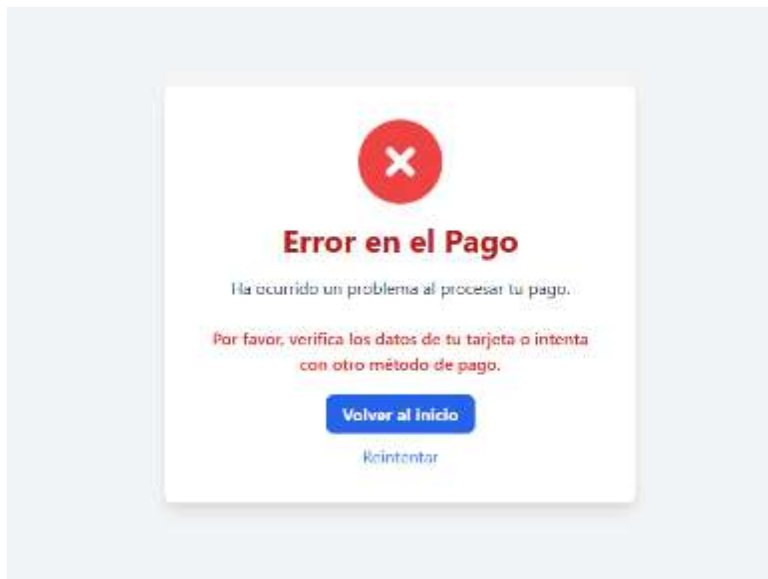


Figura A4. 18: Proceso de pago fallido saldrá cuando no hay fondos en la tarjeta de crédito

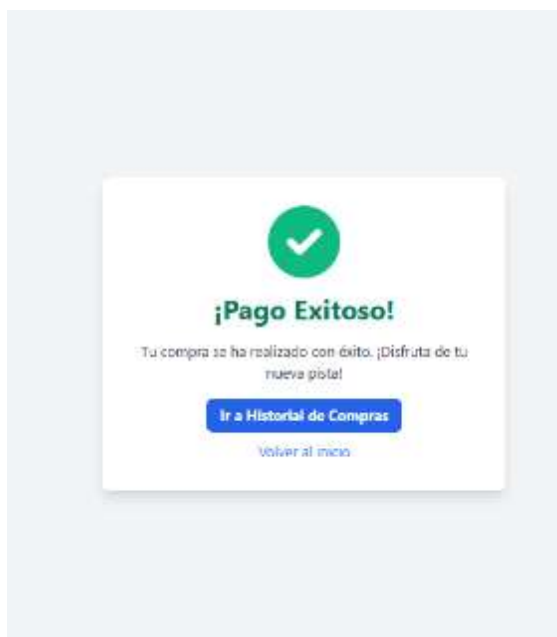


Figura A4. 19: Proceso de pago exitosa porque tenemos fondos en la tarjeta

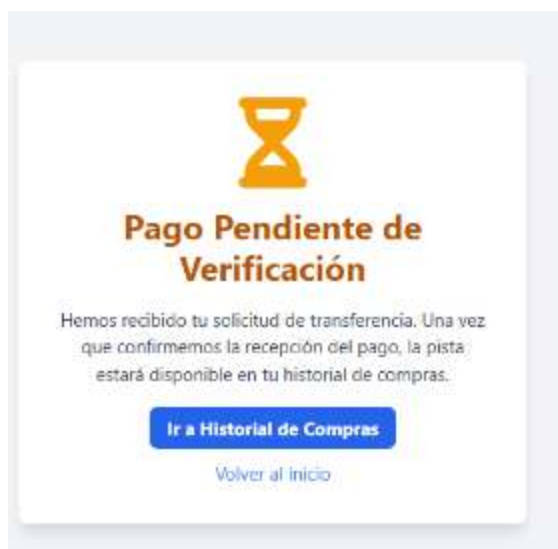


Figura A4. 20: Proceso de pago en Pendiente cuando hacemos el proceso de transferencia

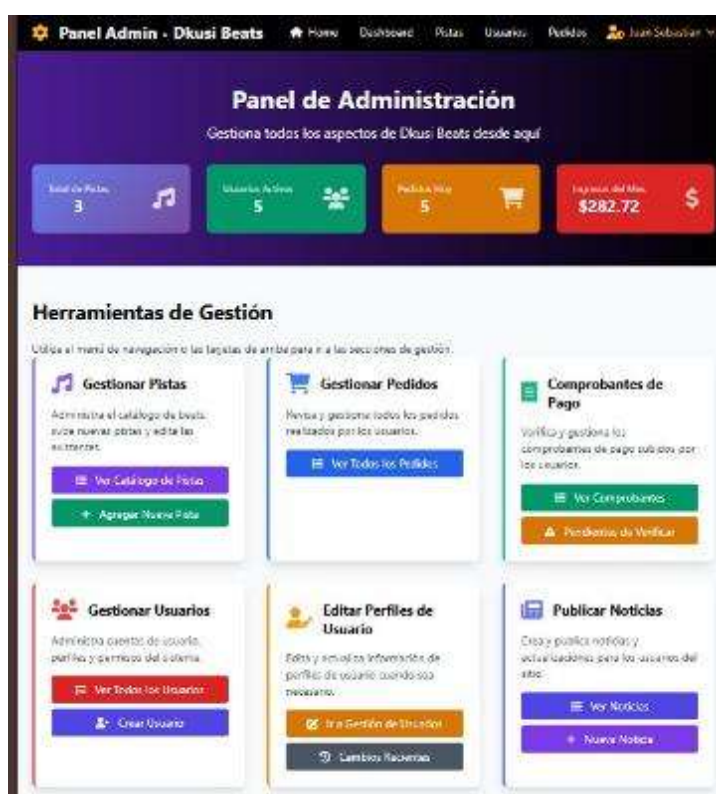


Figura A4. 21: Pagina exclusiva para los administradores para gestionar el contenido



Figura A4. 22: Contador de métricas para la página web

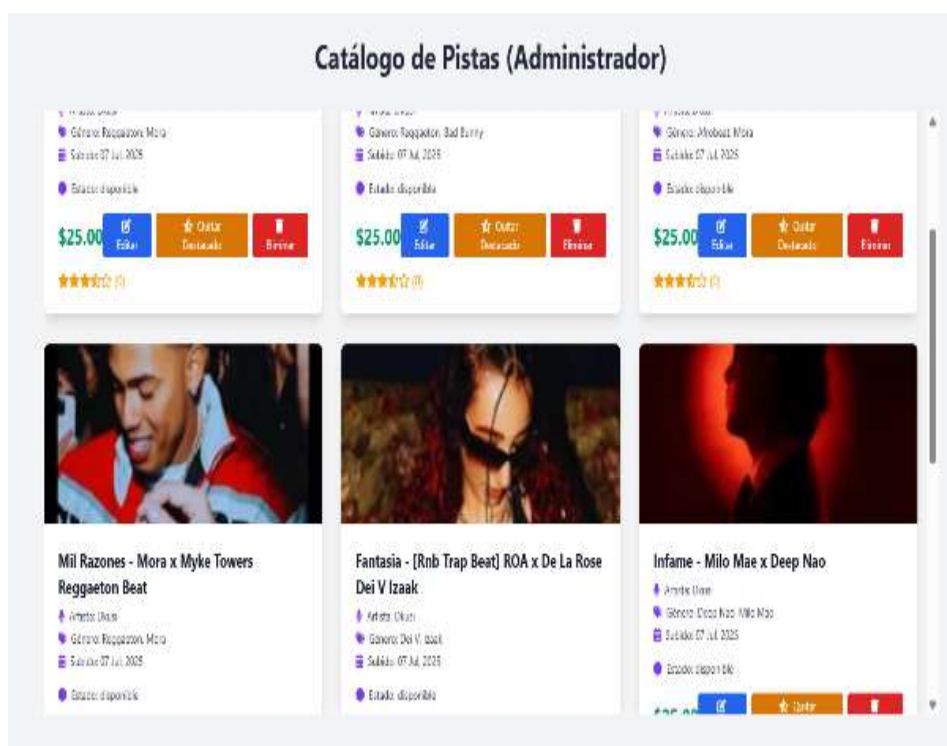


Figura A4. 23: Pagina para Gestionar las pistas subidas

Agregar Nueva Pista

Título de la Pista

Artista

Género

Reggaeton, Trap, Salsa

Precio (\$)

Descripción

Precio Uprising (\$)

0.00

Precio Profesional (\$)

0.00

Instrumentos Utilizados

Archivo de Audio (Principal)

Seleccionar archivo Sin archivos seleccionados

Archivo de audio principal requerido para una nueva pista.

Archivos de Audio (Opcionales)

Figura A4. 24: Modal para subir las pistas

Gestión de Pedidos

ID	CLIENTE	PRODUCTO	PRECIO	ESTADO	FECHA	ACCIONES
17	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Completado	2023-05-24	Ver detalles
18	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
19	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
20	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
21	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
22	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
23	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
24	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
25	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
26	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
27	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
28	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
29	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
30	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
31	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
32	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
33	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
34	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles
35	Cliente 1	Producto 1	\$1500	Pendiente	2023-05-24	Ver detalles

Figura A4. 25: página para gestionar los pedidos hechos durante la semana para verificar y comprobar las compras

Gestión de Comprobantes de Pago

ID Pedido	Usuario	Fecha	Total	Comprobante	Estado	Acciones
26	jhon osteman	2025-07-04	\$35.99		pendiente	Aprobar Rechazar

Figura A4. 26: página para aprobar o rechazar los comprobantes de pago

Comprobantes Pendientes de Verificación

ID Pedido	Usuario	Fecha	Total	Comprobante	Estado	Acciones
23	jhon	2025-07-04 02:35:19	\$28.99		pendiente	Aprobar Rechazar
22	jhon	2025-07-04 02:32:47	\$29.99		pendiente	Aprobar Rechazar
21	jhon	2025-07-04 01:54:02	\$35.99		pendiente	Aprobar Rechazar
20	jhon	2025-07-04 01:44:31	\$29.99		pendiente	Aprobar Rechazar
19	jhon	2025-07-04 01:34:05	\$29.99		pendiente	Aprobar Rechazar
18	jhon	2025-07-04 01:31:52	\$29.99		pendiente	Aprobar Rechazar
17	jhon	2025-07-04 01:28:08	\$35.99		pendiente	Aprobar Rechazar

Figura A4. 27: página para filtrar los pagos pendientes que tenemos

Lista de Usuarios del Sistema


[Crear Nuevo Usuario](#)

ID	CODIGO	NOMBRE	APELLIDO	CORREO	TELÉFONO	ESTADO	FECHA REG.	ROL
2	475177	Fernando	Jimenez	fernandoyagual12@gmail.com	0000000000	Active	undefined	Ver Perfil
3	277685	roque	mcab	wouz@colap.com.ec	0000000000	Active	undefined	Ver Perfil
4	589617	pepe	sánchez	smahyagual@gmail.com	0000000000	Active	undefined	Ver Perfil
5	807914	sarah	Jimenez	yo@gmail.com	0000000000	Active	undefined	Ver Perfil
6	263662	jhon	osteman	fer@gmail.com	0000000000	Active	undefined	Ver Perfil
8	03010	Juan Sebastian	Espinosa Escudero	dkusi_beats@gmail.com	0925055284	Active	undefined	Administrar
9	616161	Henry	Nestle	vmad@gmail.com	0603333333	Active	undefined	Administrar

Figura A4. 28: página listar a los usuarios registrados en el sistema

Editar Perfiles de Usuario

ID	Código	Nombre	Apellido	Sexo	Acciones
2	475177	Fernando	Arreola	Ver	Editar Eliminar
3	27348	Jose	Waz	Ver	Editar Eliminar
4	389017	Jose	Arreola	Ver	Editar Eliminar
5	807914	Yah	Arreola	Ver	Editar Eliminar
6	289492	Jhon	Ortizman	Ver	Editar Eliminar
8	07010	Juan Sebastian	Opinion Externa	Ver	Editar Eliminar
4	610101	Henry	Harde	Ver	Editar Eliminar

Editar Usuario #2

Nombre:

Apellido:

Código:

Sexo:

Figura A4. 29: página para editar cierta información de los usuarios

Crear Nueva Noticia

Titulo:

Contenido de la Noticia:

Imagen:

Categoría:

Etiquetas:

Fecha de Publicación:

Estado:

Figura A4. 30: Pagina para publicar noticias de la página web



Figura A4. 31: pagina para los usuarios de la pagina



Figura A4. 32: foros de temas populares de la página web



Figura A4. 33: foro para las guías que necesitaría los artistas o colegas productores

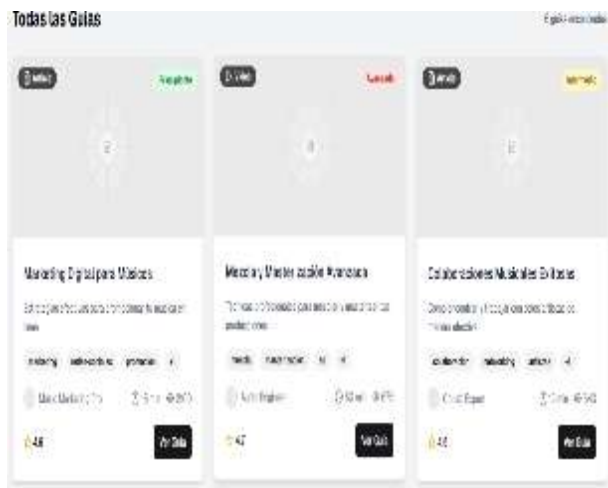


Figura A4. 34: slider donde salen todas las guías publicadas por el administrador

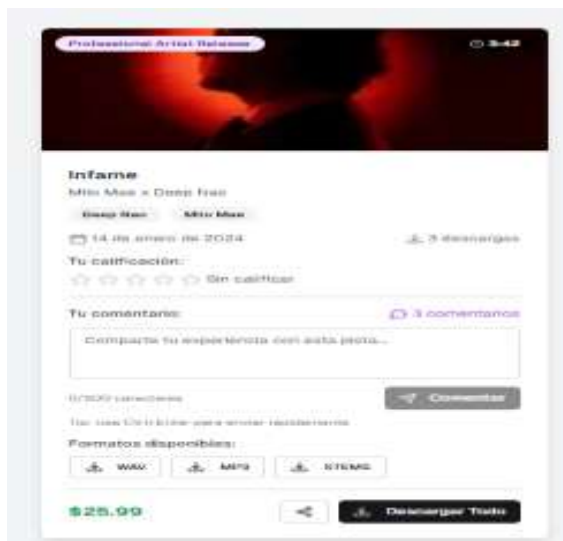


Figura A4. 35: en la página de compras sale la pista comprada para poder calificarla y escribir un comentario



Figura A4. 36: en la parte de comentarios puedes acceder a los comentarios de los usuarios

Tabla.2. Tabla de resultados por Sprint (SCRUM)

Sprint	Duración estimada	Objetivos principales	Entregables	Estado
Sprint 1	06 de abril al 18 de mayo	Diseño de interfaz, estructura inicial del sitio, enfoque mobile-first, uso de Tailwind CSS.	- Prototipo visual - Estructura de modales - Página de inicio - Compatibilidad entre navegadores	Completado
Sprint 2	19 de mayo al 9 de junio	Desarrollo de formulario de registro e inicio de sesión. Conexión a BD, validaciones y gestión de sesiones.	- Módulo de autenticación - Validación de campos - Conexión PHP-SQL Server - Gestión de sesiones	Completado
Sprint 3	19 al 25 de junio	Implementación del catálogo de pistas, reproductor, modales y carrito de compras con funciones completas.	- Catálogo dinámico - Filtrado por etiquetas - Carrito funcional - Agrupación para compras múltiples	Completado
Sprint 4	26 de junio al 10 de julio	Simulación de pagos, panel de administración, gestión de métricas y pistas, validación de comprobantes.	- Módulo de pagos con tarjeta y transferencia - Panel superusuario - Carga de pistas - Estadísticas	Completado

4.3 Análisis de métricas de desempeño y calidad

Con el fin de garantizar la solidez, eficacia y amigabilidad de la plataforma, se realizaron múltiples pruebas internas y se obtuvo retroalimentación de usuarios potenciales, lo que facilitó una optimización continua de la plataforma. Este estudio evidencia que se cumplen tanto los requisitos funcionales como los no funcionales del proyecto.

Pruebas de carga, usabilidad y compatibilidad móvil.

Se realizaron pruebas exhaustivas para evaluar el rendimiento bajo diferentes condiciones de uso y en diversos dispositivos:

- **Pruebas de Usabilidad y Compatibilidad Móvil:** Aunque el documento no especifica herramientas o resultados numéricos exactos de estas pruebas, el desarrollo bajo SCRUM con un enfoque en la eficiencia y el uso de tecnologías como PHP y SQL Server para el backend sugiere que se buscó una respuesta óptima del sistema. La arquitectura sólida desarrollada, como se menciona en el cumplimiento del objetivo general, busca precisamente esta capacidad de respuesta.
- **Pruebas de Carga y Rendimiento:** Se realizaron pruebas funcionales internas para evaluar el rendimiento del sistema en el entorno de desarrollo. Aunque el entorno simulado no permitió generar resultados numéricos exactos, la arquitectura del sistema, construida con PHP y SQL Server, se optimizó en cada sprint para garantizar una respuesta eficiente. Una prueba clave fue la validación del motor de búsqueda, que demostró tener un tiempo de respuesta inferior a 2 segundos, cumpliendo así con uno de los principales requerimientos técnicos.

Resultados del formulario

Los resultados de las encuestas y las entrevistas aplicadas a artistas y productores locales proporcionaron una base empírica crucial para el desarrollo y la validación de las funcionalidades implementadas.

- **Hallazgos de encuestas:** Los datos cuantitativos revelaron que la mayoría de los artistas (91.7%) no tiene un sitio web propio, y el 66.7% no ha intentado comercializar su música en línea. Las principales barreras identificadas fueron la **falta de conocimientos técnicos** y los **costos elevados**. Estos hallazgos validaron la necesidad de desarrollar una plataforma accesible y fácil de usar, justificando la

creación de herramientas de gestión de contenidos y una interfaz intuitiva (Sprint 1 y 4).

- **Retroalimentación cualitativa (entrevistas):** La retroalimentación de los entrevistados, incluyendo a productores (Juan Espinosa) y expertos (Brandon Carchi), influyó directamente en las decisiones de diseño y funcionalidad:
- **Necesidad de un canal especializado:** La plataforma fue concebida para llenar este vacío en el mercado ecuatoriano.
- **Importancia de las métricas:** Esto motivó la inclusión de un panel de administración en el Sprint 4 con herramientas para el seguimiento de la actividad.
- **Métodos de pago locales:** Este fue un hallazgo crítico que justificó el desarrollo del simulador de pagos locales en el Sprint 4, a pesar de que el entorno no es de producción.
- **Claridad legal y seguridad:** El feedback sobre este punto validó la necesidad de aplicar protocolos de seguridad SSL/TLS y validaciones de entrada, sentando las bases para una futura implementación segura.

Esta sección demuestra de manera integral cómo la investigación de fondo y las pruebas de calidad no fueron elementos separados, sino componentes interdependientes que guiaron cada fase del desarrollo del proyecto.

4.4 Resultados de entrevistas y encuestas aplicadas

A continuación, se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a once participantes seleccionados estratégicamente por su vinculación directa o complementaria con el ámbito de la música y la tecnología. Entre los perfiles entrevistados se encuentran un productor musical, artistas y ex- artistas urbanos, estudiantes de derecho y multimedia, profesionales del análisis de datos y desarrollo de software. La finalidad de estas entrevistas fue obtener una perspectiva amplia y diversa que permitiera comprender, desde distintas disciplinas, las necesidades, oportunidades y desafíos relacionados con el desarrollo de una

plataforma digital para la venta de pistas musicales enfocada en el género urbano en Ecuador.

Digital para la Ventas, pistas musicales enfocada en el género urbano en Ecuador.

A continuación, se expone un resumen individual de cada entrevista, acompañada una Interpretación:

1. Juan Espinosa – Fundador de DKUSI Beats

Entrevista:

Juan, con experiencia como productor musical independiente, comentó que en Ecuador no existen plataformas especializadas que permitan comercializar Beats de forma segura, accesible y profesional. Las páginas actuales priorizan contenido internacional, y muchas veces los productores locales deben recurrir a redes sociales o a canales informales que no garantizan licencias ni pagos justos. Afirmó que su trabajo pierde valor cuando debe regalar contenido para ganar visibilidad. Añadió que una plataforma que ofrezca la posibilidad de cargar pistas con detalles como instrumentos, géneros, precios y tipo de licencia —además de permitir compartir fácilmente su portafolio con artistas— sería una herramienta esencial para impulsar la industria desde lo local.

Interpretación:

Su testimonio revela una necesidad urgente de estructurar un canal de comercialización que valore el trabajo creativo y combata la informalidad. La creación de una plataforma nacional con funcionalidades específicas para productores permitiría fortalecer la cadena de valor de la música urbana ecuatoriana y profesionalizar su distribución.

2. Emilio Ruiz– Estudiante de Unisport Management School (España)

Entrevista:

Desde su formación en gestión deportiva internacional, Fausto reflexiona sobre cómo los artistas, al igual que los deportistas, necesitan plataformas que gestionen su rendimiento, mercado y proyección. Enfatiza que una herramienta como la que plantea esta investigación no solo debe vender pistas, sino también permitir a los productores analizar métricas como

número de visitas, descargas, pistas más buscadas y alcance geográfico. Esto permitiría tomar decisiones fundamentadas, mejorar el contenido y aumentar las probabilidades de éxito comercial. Incluso sugiere que las métricas se presenten en forma de reportes visuales fáciles de interpretar.

Interpretación:

Este enfoque traslada herramientas del deporte al arte, demostrando que los datos pueden ser aliados para la creatividad. El desarrollo de analítica integrada dentro de la plataforma no solo añade valor, sino que se convierte en una ventaja diferencial frente a otros servicios más genéricos o internacionales.

3. Manuel Rosero – Cadete del Tnte. Hugo Ortiz

Entrevista:

Manuel, como joven cadete y oyente habitual de música urbana, mencionó que en su entorno la mayoría de personas accede a música desde redes sociales o plataformas como YouTube y TikTok. Sin embargo, rara vez se encuentra contenido ecuatoriano que sea competitivo en calidad o producción. Expresó que una de las razones es que no existe una plataforma donde los artistas y productores nacionales puedan mostrar sus creaciones con facilidad. Sugiere que un sitio funcional, rápido y compatible con celulares —ya que muchos consumen música con datos móviles— permitiría a más personas descubrir talento local y reducir la dependencia de contenido extranjero.

Interpretación:

Este testimonio resalta la falta de canales de difusión local y el valor de una plataforma inclusiva en términos técnicos. Incorporar una interfaz ligera y móvil puede hacer una diferencia real en la visibilidad de artistas ecuatorianos, especialmente entre audiencias jóvenes.

4. Kaybran Talledo – Artista Urbano

Entrevista:

Kaybran, artista urbano en ascenso, compartió su experiencia negativa al usar beats descargados sin licencias claras, lo que le generó problemas al publicar sus canciones en plataformas como Spotify. Afirmó que muchos artistas cometen el mismo error por desconocimiento o falta de opciones legales accesibles. Le gustaría contar con una tienda digital donde pueda comprar pistas adaptadas a los géneros urbanos latinos, con licencias bien definidas y opciones para modificar los beats según sus necesidades. También destacó que muchas veces los artistas se enfrentan solos a estas decisiones, por lo que la claridad legal y una interfaz intuitiva serían fundamentales.

Interpretación:

Su caso pone en evidencia los riesgos que enfrentan los artistas emergentes al operar sin respaldo legal. También destaca el vacío que existe en el país para facilitar transacciones seguras de beats personalizados. Una plataforma que combine funcionalidad, legalidad y personalización se vuelve clave para empoderar al artista urbano nacional.

5. Gustavo – Artista Urbano

Entrevista:

Gustavo, artista urbano independiente, compartió que una de las principales dificultades que enfrentan los músicos emergentes en Ecuador es la falta de acceso a beats originales de calidad con licencias claras. En muchas ocasiones ha recurrido a plataformas extranjeras o a productores informales, lo que ha generado confusión sobre los derechos de uso. Mencionó que le gustaría contar con una plataforma local que ofrezca pistas organizadas por género, con precios accesibles y distintas opciones de licencia, además de la posibilidad de escuchar fragmentos antes de comprar. También resaltó la importancia de que el sitio permita a los artistas dar visibilidad a sus proyectos mediante perfiles o enlaces integrados.

Interpretación:

Gustavo refuerza la necesidad de contar con un espacio confiable, accesible y legalmente estructurado para adquirir pistas musicales en el contexto urbano ecuatoriano. Su testimonio subraya la demanda por plataformas que no solo ofrezcan productos, sino que también potencien la exposición de los artistas, fortaleciendo así el ecosistema musical independiente del país.

6. Brandon Carchi – Estudiante de Derecho

Entrevista:

Brandon reflexionó sobre cómo el desconocimiento del derecho de autor sigue siendo un obstáculo importante en Ecuador. Muchos productores y artistas, al no registrar sus obras, se exponen a plagios, conflictos o pérdidas económicas. Sugiere que cualquier sitio web que facilite la compra y venta de pistas debería contar con políticas claras de uso, licencias visibles, condiciones contractuales y una sección educativa donde se expliquen los pasos básicos para proteger una creación musical ante la ley.

Interpretación:

Este aporte subraya que la educación legal dentro de la plataforma es tan importante como la funcionalidad técnica. Incluir guías y recursos sobre propiedad intelectual puede fomentar una cultura de respeto y profesionalización del trabajo creativo en Ecuador.

7. Josué Coellar – Estudiante de Multimedia (UCSG)

Entrevista:

Josué habló sobre el diseño de plataformas digitales desde una mirada crítica, comparando la situación de la industria musical con la del cine ecuatoriano. Explicó que en ambos casos hay falta de apoyo institucional, baja difusión y poco incentivo para

profesionalizar a los creadores. Muchos terminan destacando fuera del país, pero no en Ecuador. Sugiere que el sitio web debe tener una estética profesional, moderna, fácil de navegar, con filtros específicos como género musical, BPM, instrumentos o estilo. Además, recomienda considerar accesibilidad para personas con discapacidades visuales o auditivas, y que la plataforma se mantenga actualizada gráficamente.

Interpretación:

Josué aporta una visión crítica e intersectorial. Su comparación con el cine demuestra que la falta de espacios digitales bien diseñados no solo afecta a la música, sino a otras artes. Su enfoque en experiencia de usuario y accesibilidad refuerza la idea de que el sitio debe aspirar a estándares profesionales desde el diseño hasta la navegación.

8. Yerlin Osorio – Analista de Datos elaborada el 22/05/2025

Entrevista:

Yerlin enfatizó el valor de recopilar y analizar datos dentro de la plataforma. Sugiere que se incorporen dashboards que muestren información como las pistas más reproducidas, los días y horas con más actividad, el país o ciudad de los visitantes, y las pistas con mejor conversión. También plantea la idea de enviar reportes periódicos por correo a los productores registrados para que puedan hacer seguimiento de su impacto en tiempo real y ajustar su estrategia de ventas.

Interpretación:

El enfoque de Yerlin aporta una dimensión técnica con alto valor estratégico. La implementación de analítica de usuario no solo beneficia al administrador del sitio, sino que se convierte en una herramienta de crecimiento para los productores. Además, permite evaluar la eficacia del sitio desde el punto de vista de la experiencia y el alcance.

9. Jordán Llumitaxi – analista de sistemas (Arca Continental)

Entrevista:

Jordán, desarrollador backend en Arca Continental, analizó el proyecto desde una perspectiva técnica y profesional. Con amplia experiencia en el desarrollo de soluciones empresariales utilizando PHP y SQL Server, validó la elección de estas tecnologías como una combinación robusta, segura y ampliamente utilizada en el entorno corporativo ecuatoriano. Su análisis no se centró en sugerir nuevas herramientas, sino en confirmar la pertinencia de las seleccionadas. Insistió en la necesidad de un panel administrativo sólido para la gestión de contenido, la implementación de medidas de seguridad rigurosas y la importancia de planificar una arquitectura escalable para soportar el crecimiento futuro del sitio.

Interpretación:

El aporte de Jordán fue crucial para validar la pila tecnológica seleccionada para el proyecto. Su experiencia práctica en una empresa como Arca Continental, utilizando precisamente PHP y SQL Server, confirmó que las herramientas elegidas no solo eran adecuadas académicamente, sino también profesionalmente relevantes y probadas en el mercado local. Su visión aportó una base técnica sólida y un enfoque pragmático, asegurando que la arquitectura del sistema fuera concebida como una plataforma segura, escalable y mantenible a mediano y largo plazo.

10. Joffre García- Ex Artista urbano

Entrevista:

Joffre compartió la difícil trayectoria que enfrentan muchos artistas urbanos en Ecuador. Relató cómo, a pesar de su talento y dedicación, la falta de plataformas de apoyo, visibilidad y canales de monetización le impidieron construir una carrera musical sostenible. Esta precariedad y la ausencia de un ecosistema que respaldara a los talentos emergentes lo llevaron a tomar la drástica decisión de abandonar su carrera y emigrar a Canadá en busca de mejores oportunidades.

Interpretación:

La historia de Joffre es un testimonio directo y contundente del problema que esta investigación busca resolver. Su emigración forzada no representa un fracaso personal, sino una falla estructural del ecosistema musical ecuatoriano. Su caso subraya la urgencia de crear soluciones como Dkusi Beats, que puedan ofrecer a los artistas una razón para quedarse y prosperar en su propio país, combatiendo la fuga de talento.

11. Andrés García- Ex Artista Urbano

Entrevista:

De manera similar, Andrés narró su frustrante experiencia al intentar despegar como artista urbano en el país. Destacó que su pasión y creatividad no fueron suficientes para superar la falta de apoyo estructural y la dificultad para generar ingresos. Ante un panorama sin oportunidades claras para la profesionalización, se vio obligado a dejar la música y emigrar a Canadá, sacrificando su vocación artística por un futuro más estable.

Interpretación:

El testimonio de Andrés refuerza la conclusión de que Ecuador pierde talento valioso debido a la carencia de infraestructura y apoyo. Su experiencia valida la necesidad de una plataforma que no solo funcione como una herramienta de venta, sino también como un pilar de apoyo que pueda retener y potenciar a los artistas locales, ofreciendo un camino viable para que conviertan su arte en una carrera legítima sin tener que abandonar su país.

4.4.1 resultados de entrevistas aplicadas

El análisis conjunto de las entrevistas valida la pertinencia del proyecto, revelando una falla estructural en el ecosistema musical de Ecuador y, a la vez, el camino hacia una solución integral. Desde la perspectiva de los creadores como el productor Juan Espinosa y los artistas Kaybran Talledo y Gustavo, se confirma la falta de canales formales, lo que genera informalidad, riesgos legales y una devaluación de su trabajo. Esta precariedad se manifiesta de forma dramática en las historias de los ex-artistas Joffre y Andrés García, cuya emigración

forzada a Canadá evidencia una fuga de talento como consecuencia directa de la falta de oportunidades de profesionalización.

Frente a esta problemática, las entrevistas con expertos construyen el plano de la solución. Se destaca la necesidad de una plataforma técnicamente robusta y con un diseño profesional que genere confianza, complementada por un marco legal y educativo que brinde seguridad jurídica. Finalmente, las perspectivas de Emilio Ruiz y Yerlin Osorio subrayan la importancia de integrar herramientas de análisis de datos para transformar la plataforma en una herramienta de crecimiento estratégico para los artistas.

4.4.2 Resultados de encuestas aplicadas

Con el fin de discernir las barreras predominantes que los artistas y productores musicales ecuatorianos encuentran al promocionar y comercializar su obra, se llevaron a cabo dos encuestas dirigidas a dichos grupos. Los resultados de estas encuestas representan una fuente cuantitativa fundamental que enriquece el análisis cualitativo derivado de entrevistas, y subrayan la necesidad de crear una plataforma digital como la que se propone en este proyecto. A continuación, se detallan los hallazgos más significativos:

Encuesta 1 – Dificultades para promocionar y comercializar música aplicada a 12 artistas del país, esta encuesta permitió determinar que:

- El 75 % de los artistas no dispone de un sitio web para promocionar su música, lo que refleja una baja adopción de herramientas digitales por parte del sector (ver Figura 1, Anexo 1).
- 66.7 % de los encuestados no ha intentado comercializar su música en línea, siendo la falta de conocimientos técnicos (8 respuestas) y el costo (6 respuestas) los principales obstáculos (ver Figura 2).
- A pesar de ello, el 83.3 % considera importante o muy importante contar con un sitio web, mientras que el 83.3 % también expresó interés en recibir formación técnica y estrategias de promoción digital (ver Figuras 3 y 5).

- En cuanto a la orientación musical, el género urbano (reguetón, trap, rap) fue el predominante con 5 de los 12 participantes, lo que sugiere la pertinencia de enfocar el desarrollo de la plataforma hacia este segmento (ver Figura 4).

Estos hallazgos revelan una discrepancia entre la apreciación del valor de los medios digitales y la limitada capacidad técnica y financiera para su adopción. Asimismo, respaldan la formulación del problema de la investigación actual al evidenciar que, a pesar del interés existente, no se disponen en la actualidad de los recursos ni de las plataformas adecuadas que permitan a los artistas profesionalizar su labor.

Encuesta 2 – Dificultades para crear un sitio web

Esta segunda encuesta se administró a los 12 artistas mencionados anteriormente y a 18 productores locales, con el propósito de investigar en mayor profundidad las causas que explican la escasa presencia digital. Los hallazgos indican lo siguiente:

- En ambos grupos, la falta de conocimientos técnicos fue la barrera más mencionada:
 - 66.7 % de los artistas (8 de 12)
 - 44.4 % de los productores (8 de 18)
- Otros factores destacados fueron la percepción de innecesaridad, la falta de confianza en el diseño y motivos como falta de tiempo o costos elevados (ver Tablas A1.1 y A1.2).
- En cuanto al interés por recibir apoyo para crear un sitio web, la mayoría manifestó disposición a participar en programas de capacitación, asistencia en diseño y financiamiento

Estos datos sirven para complementar y fortalecer los resultados obtenidos en la primera encuesta. Se observa una evidente discrepancia entre el deseo de adoptar la digitalización y la capacidad efectiva para llevarla a cabo. Esta situación fundamenta la propuesta técnica presentada en este estudio, que incluye una plataforma web accesible,

dotada de herramientas para la autogestión y formación, junto con simulaciones de pago ajustadas a las restricciones del contexto local.

Reflexión final

En conjunto, los hallazgos de ambas encuestas proporcionan un respaldo empírico al desarrollo del sitio web sugerido, el cual se encuentra en consonancia con los objetivos planteados en la investigación. La identificación de desafíos estructurales tales como la falta de conocimiento técnico, la situación económica precaria y la ausencia de plataformas adecuadamente contextualizadas culturalmente permite fundamentar la necesidad de soluciones específicas para el sector musical urbano de Ecuador. Las estadísticas presentadas fortalecen tanto la formulación del problema como la justificación del proyecto. *(Ver detalles completos en Anexo 1)*

4.5 Visualización del modelo de datos e interacción con la base de datos

La base de datos es el pilar fundamental que soporta todas las operaciones de la plataforma Dkusi Beats. Para este proyecto se utilizó el sistema de gestión de bases de datos SQL Server, y su diseño se centró en garantizar la integridad, eficiencia y coherencia de la información, permitiendo el correcto funcionamiento de la lógica de negocio implementada en PHP.

A continuación, se describe el modelo de datos implementado y los flujos de interacción clave entre la aplicación y la base de datos.

Modelo Entidad-Relación (MER)

Para visualizar la arquitectura de la base de datos, se elaboró el siguiente Modelo Entidad-Relación (MER). Este diagrama ilustra las entidades principales del sistema, sus atributos y las relaciones que las conectan mediante claves primarias y foráneas.

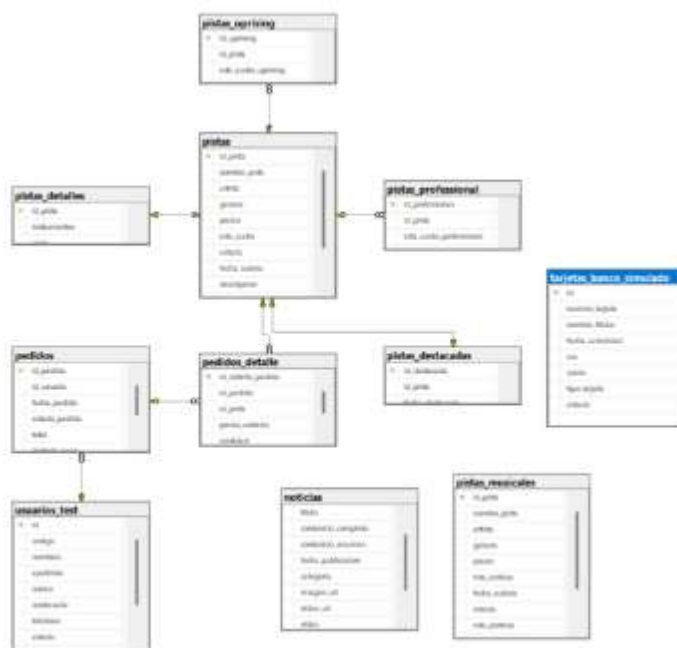


Figura B1.1: Modelo Entidad-Relación de la base de datos Dkusi Beats.

Como se observa en el diagrama, el sistema se estructura en torno a un núcleo transaccional compuesto por las tablas usuarios_test, pedidos y pistas. Las relaciones clave son:

- Relación Usuarios-Pedidos (Uno a Muchos): Un usuario puede realizar múltiples pedidos, pero cada pedido está asociado a un único usuario. Esta relación es fundamental para mantener la trazabilidad de las transacciones y las compras de cada perfil.

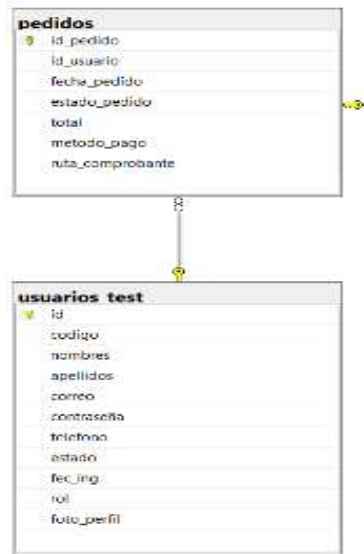


Figura B1.2: conexión entre la tabla de pedidos con la tabla usuarios_test

- Relación Pedidos-Pistas (Muchos a Muchos): Un pedido puede contener varias pistas y una pista puede estar en múltiples pedidos. Esta relación se gestiona a través de la tabla de enlace pedidos_detalle, lo que evita la redundancia de datos y simplifica la gestión del catálogo.

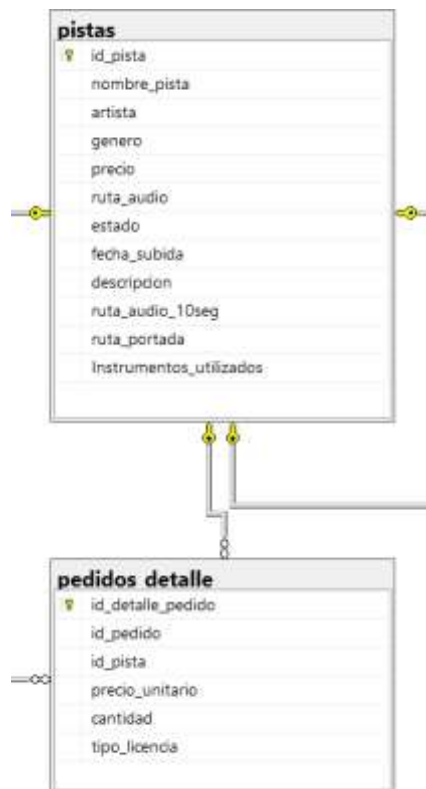


Figura B1.3: Relación Pedidos-Pistas (Muchos a Muchos)

- **Relación de Extensión de Pistas (Uno a Uno):** La tabla pistas se extiende a través de varias tablas (pistas_detalle, pistas_uprising, pistas_profesional) que almacenan información específica. Este diseño modular permite una gestión flexible y escalable de los distintos tipos de licencias.



Figura B1.4: Relación de Extensión de Pistas (Uno a Uno)

Descripción de las Entidades Principales

- **usuarios_test:** Almacena la información de cada persona registrada. Sus columnas incluyen id, nombres, apellidos, correo, contraseña (cifrada para seguridad) y rol ('usuario' o 'administrador').
- **pistas:** Es la tabla central del catálogo. Contiene los datos básicos de cada pista como id_pista, nombre_pista, artista, genero, precio (base) y ruta_audio para la versión de demostración.
- **pistas_detalle, pistas_uprising, pistas_profesional:** Son tablas de extensión que se conectan directamente con pistas a través de id_pista. Almacenan atributos específicos:
 - pistas_detalle guarda los instrumentos utilizados.

- pistas_uprising y pistas_profesional contienen las rutas a los archivos de audio (ruta_audio_uprising, etc.) correspondientes a las licencias de mayor nivel.
- **pedidos:** Registra la cabecera de cada transacción. Contiene id_pedido, id_usuario (clave foránea), fecha_pedido, estado_pedido ('completado', 'pendiente', 'rechazado') y el total de la compra.
- **pedidos_detalle:** Detalla el contenido de cada pedido, vinculando pedidos y pistas. Almacena id_pedido, id_pista, el precio_unitario de la venta y el tipo_licencia adquirida.
- **tarjetas_banco_simulado:** Tabla independiente que contiene datos ficticios de tarjetas de crédito, incluyendo un campo de saldo, para ser consultada durante la simulación de pagos.

Interacción entre la Aplicación (PHP) y la Base de Datos (SQL Server)

La lógica de la aplicación desarrollada en PHP se comunica constantemente con la base de datos para realizar las operaciones del sistema. Los flujos de interacción más importantes son:

1. **Añadir una nueva pista:** Cuando un administrador sube una pista desde el panel, la aplicación ejecuta una serie de sentencias INSERT coordinadas: primero en la tabla pistas con la información principal, y luego en las tablas de extensión (pistas_detalle, pistas_uprising, etc.) con los datos complementarios, todas vinculadas por el mismo id_pista.
2. **Proceso de Compra:** Al confirmar un pedido, la aplicación inicia una transacción para garantizar la integridad de los datos:
 - Se inserta un nuevo registro en pedidos con la información general de la compra.
 - Por cada pista en el carrito, se inserta un registro en pedidos_detalle, especificando el id_pedido, id_pista y el tipo_licencia que el usuario

seleccionó. El precio_unitario también se almacena para reflejar el costo en ese momento exacto.

3. **Simulación de Pago con Tarjeta:** Si el método de pago es con tarjeta, el backend ejecuta una consulta SELECT a la tabla tarjetas_banco_simulado para encontrar la tarjeta por su número. Luego, compara el saldo de la tarjeta con el total del pedido. Si el saldo es suficiente, la transacción se aprueba y se ejecuta una sentencia UPDATE en la tabla pedidos para cambiar el estado_pedido a 'completado'. En caso contrario, se actualiza a 'rechazado'.

4.6 Discusión de los hallazgos

El desarrollo de la plataforma Dkusi Beats, llevado a cabo desde diciembre de 2024 hasta julio de 2025, ha proporcionado la oportunidad de verificar y abordar las cuestiones detectadas durante la fase de investigación. Esto ha corroborado la necesidad de una plataforma en línea destinada a la comercialización de pistas musicales del género urbano en Ecuador. La revisión de estos resultados incluye los comentarios de los entrevistados, las validaciones técnicas, así como las funcionalidades que se han puesto en práctica, evidenciando la importancia de la metodología SCRUM para la adaptación y el cumplimiento de los requisitos establecidos.

Influencia de la Retroalimentación de Entrevistados en las Decisiones:

Las percepciones de los usuarios y la experiencia de los especialistas en el ámbito local jugaron un papel crucial en el avance del proyecto. La sugerencia de establecer un canal de comercialización específico, planteada por el productor Juan Espinosa, se materializó mediante la creación de un catálogo de pistas y un panel de gestión, actividades que se desarrollaron en los Sprints 3 y 4. Esta particularidad legitima y profesionaliza la venta de beats, brindando a los productores la oportunidad de gestionar su labor de manera autónoma.

De igual manera, las inquietudes sobre la legalidad y el uso correcto de las licencias, planteadas por el artista Kaybran Talledo y el estudiante de derecho Brandon Carchi, llevaron

a que se diera prioridad al establecimiento de un sistema de licenciamiento claro. Aunque se reconoció la complejidad de un sistema legal en esta etapa, se sentaron las bases técnicas para posibles futuras integraciones de contratos digitales mediante la implementación de validaciones de integridad de datos y un simulador de pagos en el Sprint 4.

Adicionalmente, el aporte de Emilio Ruiz en gestión deportiva y de Yerlin Osorio como analista de datos, en relación con la relevancia de las métricas, justificó el desarrollo del panel administrativo en el Sprint 4. Este panel no solo permite visualizar estadísticas relevantes, sino que también facilita la gestión de contenidos, evidenciando que la plataforma tiene como objetivo ser una herramienta estratégica, en lugar de ser simplemente un exhibidor.

Validación Técnica de las Solicitudes:

El proyecto no solo se centró en las necesidades de los usuarios, sino que también evaluó la factibilidad técnica de las soluciones propuestas. Se adoptó un enfoque mobile-first utilizando Tailwind CSS, como lo recomendaron oyentes de música como Manuel Rosero, que fue llevado a cabo en el Sprint 1 para asegurar una experiencia de usuario fluida en dispositivos móviles, algo fundamental para el público objetivo.

Las sugerencias de expertos técnicos como Jordán Llumitaxi sobre la importancia de usar tecnologías robustas, tales como PHP y SQL Server, se confirmaron con éxito mediante la construcción de la arquitectura del backend en los Sprints 2 y 3. Las pruebas funcionales realizadas en estas etapas verificaron una conexión segura con la base de datos y un tiempo de respuesta eficiente para las consultas.

Una de las dificultades más relevantes identificadas durante la investigación fue relacionada con los métodos de pago. Para abordar este desafío, se desarrolló un simulador de pagos en el Sprint 4. Este módulo, diseñado para replicar transacciones locales, demuestra que el sistema está listo técnicamente para integrarse en el futuro con pasarelas de pago reales en Ecuador, atendiendo así una de las demandas más urgentes del mercado.

Funciones Implementadas Completamente y en Versión Básica:

- **Completamente Implementadas:**

- **Arquitectura Frontend y Backend:** Se construyó una arquitectura sólida utilizando HTML, Tailwind CSS, JavaScript, PHP y SQL Server. Se logró una base de datos robusta con tiempos de respuesta óptimos.
- **Diseño UX/UI Intuitivo y Responsivo:** La interfaz se adaptó para dispositivos móviles, tabletas y escritorio, garantizando una navegación fluida entre módulos como catálogo, inicio de sesión, compra y perfil.
- **Módulos de Registro y Autenticación:** Se desarrollaron los formularios de registro e inicio de sesión, incorporando validaciones rigurosas y una conexión con la base de datos SQL Server.
- **Catálogo de Pistas y Carrito de Compras:** Se implementó la visualización de la tabla de pistas, con funcionalidades de filtrado y etiquetado, la reproducción de demos y la funcionalidad de añadir al carrito de compras, permitiendo a los usuarios seleccionar múltiples pistas.
- **Simulación de Pagos:** Se desarrolló un simulador de pagos por tarjeta o transferencia, con validación de saldo simulada, comprobantes y alertas de éxito o fallo.
- **Panel de Administración:** Se implementó un panel de superusuario robusto desde el cual los administradores pueden cargar nuevas pistas, visualizar estadísticas relevantes sobre el uso de la plataforma y editar diversas secciones del sitio.

- **En Versión Básica / Futuras Mejoras:**

- **Herramientas de Interacción y Autopromoción:** Se diseñaron perfiles personalizables para artistas y usuarios, con campos como nombre artístico, género y enlaces. Sin embargo, funcionalidades más avanzadas como foros

de discusión o tutoriales interactivos (mencionadas en los objetivos específicos) quedaron como futuras expansiones.

- **Sistema de Licenciamiento Legal Completo:** Aunque se priorizó la claridad en las licencias (como se ve en el modal de precios, Figura A2.10), la integración de contratos digitales automatizados y una sección educativa legal más exhaustiva, tal como sugirió Brandon Carchi, representa un desarrollo futuro.
- **Métricas para Artistas Individuales:** El panel de administración muestra métricas generales (Figura A2.22), pero el envío de reportes periódicos por correo a los productores individuales y un dashboard personalizado para cada artista (como sugirió Yerlin Osorio) no se implementaron en esta fase.

Aportes desde Tecnología, Diseño, Legalidad y Música:

- **Tecnología:** La iniciativa pone de manifiesto la habilidad de emplear un conjunto de tecnologías actuales (HTML, CSS junto con Tailwind, JavaScript, PHP, SQL Server) para crear una plataforma sólida y flexible. (López et al, 2024) La implementación de la metodología SCRUM favoreció una administración dinámica del proceso de desarrollo, lo que permitió una integración continua y la capacidad de responder a nuevas necesidades. La comprobación de seguridad, aunque realizada de manera simulada en los pagos, establece un estándar para futuras iniciativas en seguridad informática.
- **Diseño:** El diseño UX/UI fue un pilar central, enfocado en la usabilidad y la estética urbana. La creación de una interfaz intuitiva y atractiva para los usuarios (Figura 1, Figura A2.1, Figura A2.3, Figura A2.4) no solo mejora la experiencia de navegación, sino que también contribuye a generar confianza, como destacó Jordán, quien afirmó que "si el usuario se confunde o no entiende el flujo de compra, se va".

- **Legalidad:** Desde el inicio de la idea para la plataforma, la creación del sitio web ha sido diseñada con una atención especial a las leyes actuales sobre comercio electrónico y protección de datos en Ecuador. A pesar de que el esquema inicial utiliza pasarelas de pago simuladas, su estructura técnica ha sido elaborada conforme a principios que se alinean con la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, así como con la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales. Esto garantiza que en el futuro su implementación se realice legalmente, integrándose con sistemas de pago auténticos. En lo que concierne a la propiedad intelectual, el desarrollo incluye elementos que aseguran que las pistas entregadas por los productores cumplen con la Ley de Propiedad Intelectual.
- **Música:** El principal aporte musical es la creación de un espacio dedicado al género urbano ecuatoriano, buscando "visibilizar el trabajo de productores y artistas emergentes" (Perez-Valero, 2023), no encuentran suficiente espacio en plataformas internacionales. La plataforma ofrece un canal directo para la comercialización de beats y fomenta la profesionalización de la industria musical local.

Limitaciones Reales:

- **Tiempo y Recursos:** El proyecto se desarrolló dentro de un marco temporal limitado (diciembre 2024 - julio 2025), lo que impidió la implementación de todas las funcionalidades avanzadas deseadas, como sistemas de pago reales, analíticas personalizadas para cada productor o una sección educativa legal exhaustiva.
- **Herramientas:** Si bien se seleccionaron herramientas robustas, la fase de prototipado y simulación de pagos se realizó con recursos internos. La integración con pasarelas de pago reales o servicios de autenticación externos (como Firebase) no se completó, lo que limita la funcionalidad comercial actual.
- **Usuarios (para pruebas extensivas):** Aunque se realizó una recolección de datos inicial a través de encuestas y entrevistas, las pruebas de usuario a gran escala con

datos de uso real de la plataforma aún no han sido posibles, ya que la plataforma está en su fase de desarrollo. Las métricas actuales se basan en un entorno controlado y datos simulados.

5. Conclusiones

El desarrollo de la plataforma web Dkusi Beats representa una iniciativa novedosa que atiende las demandas de los artistas del género urbano en Ecuador, al ofrecer una solución tecnológica que se ajusta a las particularidades del sector musical en crecimiento. El estudio realizado ayudó a detectar diversas dificultades estructurales que obstaculizan la profesionalización de los artistas urbanos, tales como la limitada alfabetización digital, la falta de políticas públicas orientadas hacia lo cultural y digital, así como la prevalencia de plataformas internacionales que aplican criterios de exclusión algorítmica.

Una de las contribuciones clave del proyecto consiste en haber desarrollado el diseño de la plataforma no solo como una alternativa práctica, sino como un símbolo de la identidad urbana del lugar. Se incorporaron consideraciones de accesibilidad, un diseño que promueve la inclusión y una estética que refleja la cultura local, elementos que van más allá de lo meramente técnico y permiten crear una interfaz que se ajusta a la diversidad simbólica de los músicos urbanos en Ecuador. Esto refuerza la apropiación de la plataforma, transformándola en un espacio comunal y culturalmente significativo.

Desde la perspectiva de la metodología, implementar el enfoque ágil SCRUM facilitó la estructuración del proceso en fases repetitivas (sprints), lo que permitió realizar entregas parciales y obtener retroalimentación continua. Esta táctica resultó ser especialmente eficaz para desarrollar un producto operativo dentro de un plazo restringido, integrando mejoras incrementales que se ajustaron a las verdaderas necesidades de los usuarios, identificadas a través de entrevistas y encuestas realizadas a los interesados del sector.

Desde un enfoque técnico, se emplearon herramientas como HTML, CSS, Tailwind, JavaScript y PHP, junto con una base de datos de SQL Server. El diseño del sitio se enfocó en la adaptabilidad para dispositivos móviles, una navegación sencilla, así como en su configuración modular y capacidad de expansión. Asimismo, se implementaron medidas fundamentales de seguridad que incluyen la validación de sesiones, el cifrado de contraseñas y un cumplimiento parcial de la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales en Ecuador. Estos elementos ayudan a fomentar la confianza digital entre los usuarios, aunque se admite que, para su uso en un entorno real, serán necesarias auditorías de seguridad más exhaustivas.

La estructura de la plataforma fue concebida bajo la filosofía mobile-first y utilizando herramientas como Tailwind CSS, lo que asegura un funcionamiento eficaz incluso en entornos de conexión inestable o con dispositivos de menor capacidad. Esta elección no solo optimiza la experiencia del usuario, sino que también aborda de manera directa las circunstancias de exclusión tecnológica que se encuentran en diversas áreas urbanas y rurales del país.

En lo que respecta a los contenidos, se implementó una estrategia de gamificación que incluye clasificaciones, incentivos y mecanismos de retroalimentación, lo que fomenta la participación activa y la lealtad del usuario. Esta interacción transforma el sitio en un entorno estimulante que trasciende la simple transacción, creando una comunidad y un sentido de pertenencia. Asimismo, la opción de personalizar perfiles, recibir opiniones y compartir novedades proporciona a los artistas medios eficaces para su autopromoción y aumento de visibilidad en el ámbito digital.

Desde un enfoque cultural y simbólico, la plataforma redefine la figura del artista urbano, viéndolo no solo como un compositor de música, sino también como un participante dinámico en las esferas económica y social. Dkusi Beats actúa como una galería digital que valora la creación artística, ofreciendo un espacio que fomenta tanto la profesionalización como la viabilidad del trabajo creativo, sin la necesidad de intermediarios tradicionales de la

industria musical. Este modelo facilita un acceso más justo al mercado de la música y consagra el arte urbano como una expresión legítima dentro de la economía creativa en la región.

Como resultado, el proyecto trasciende lo meramente técnico y se convierte en un modelo de intervención que combina cultura, tecnología e inclusión. Establece las bases para iniciativas futuras más complejas que empleen herramientas como inteligencia artificial, blockchain o análisis avanzados, siempre desde una perspectiva crítica y contextualizada.

6. Recomendaciones

Fomentar la capacitación digital de los artistas y productores del género urbano, mediante tutoriales y guías que les permitan aprovechar las herramientas de autopromoción, venta y seguridad digital implementadas en la plataforma.

Es importante implementar una campaña de posicionamiento y difusión de la plataforma, con énfasis en redes sociales, medios comunitarios y espacios educativos, para incentivar el uso del sitio por parte de nuevos talentos. Esta campaña debe comunicar los beneficios de profesionalizar la actividad artística y resaltar testimonios de usuarios exitosos para generar confianza en el público objetivo.

Se sugiere ampliar el sistema de pagos integrando billeteras electrónicas nacionales (¡como Deuna!), códigos QR, depósitos en tiendas físicas o incluso criptomonedas locales si la regulación lo permite. Esto permitiría llegar a un mayor número de usuarios que no poseen cuenta bancaria o tarjeta de crédito, democratizando el acceso a la plataforma.

El sitio debe evolucionar hacia una versión multiusuario donde aquí a un futuro los productores puedan subir, vender y promocionar sus pistas bajo una moderación centralizada. Esta expansión abrirá la plataforma a toda la comunidad musical urbana, fomentando la colaboración, la competencia sana y la creación de redes entre artistas.

Para garantizar sostenibilidad, se recomienda monetizar la plataforma a través de publicidad contextualizada, membresías premium o espacios destacados por pago, sin comprometer la experiencia del usuario gratuito. Esto permitirá generar ingresos para reinvertir en mejoras técnicas, soporte y comunidad.

Establecer indicadores de evaluación periódica sobre el funcionamiento del sitio, tales como número de usuarios activos, reproducciones, compras completadas, comentarios y errores reportados. Estos datos permitirán tomar decisiones estratégicas, priorizar mejoras y medir el impacto real de la plataforma en la profesionalización del sector.

Finalmente, se recomienda seguir documentando la evolución del proyecto desde una mirada crítica y participativa, considerando la retroalimentación de los usuarios como insumo clave. Esta sistematización no solo servirá como evaluación interna, sino que podrá convertirse en un caso de estudio o modelo replicable para otras regiones, disciplinas o sectores de la economía creativa.

7. Referencias

- Andocilla Miranda, E. A., Fiallos Alarcón, J. V., Guerrero Velástegui, C. A. , & Morocho Lara, H. D. (2024). Gamificación como herramienta de marketing digital. *Revista Tecnológica - ESPOL*, 36(1), 135-150. <https://doi.org/10.37815/rte.v36n1.1167>
- Arenal, A., Armuña, C., Aguado-Terrón, J.-M., Ramos, S., & Feijóo, C. (2024). Retos de la IA en la era del streaming musical: un análisis desde la perspectiva de las personas creadoras. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 15(2), e26929. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.26929>
- Astudillo, J. C., & Neira, V. (2021). *El arte y la educación en el contexto de la pandemia en el Ecuador*. *Revista Universidad Verdad*, (79), 120–129. <https://doi.org/10.33324/uv.vi79.375>
- Bailon, J., & Roncoroni, umberto. (2023). La industria musical y la disrupción de la tecnología digital. El caso de la escena tropical bass en la ciudad de Lima. *El oído Pensante*, 11(1). <https://doi.org/10.34096/oidopensante.v11n1.11237>
- Bautista-Villegas, E. (2022). *Metodologías ágiles XP y Scrum, empleadas para el desarrollo de páginas web, bajo MVC, con lenguaje PHP y framework Laravel*. *Revista Amazonía Digital*, 1(1), e168. <https://doi.org/10.55873/rad.v1i1.168>
- Bastidas Logroño , D. J., Quito Guachamin , R. E. , Quito Guachamin , S. M. , & Quito Guachamin , W. D. . (2024). Implementación de tiendas en línea para las PYMES de Ecuador . *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 6(3), 360–369. <https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v6i3.1109>
- Barreto, M. (2013). Majors e hegemonia no mercado fonográfico brasileiro. *Tematicas*, 21(41), 127-156. doi: <https://doi.org/10.20396/tematicas.v21i41.11453>
- Barragán-Quizhpe , C. , Rivadeneira-Ramos , E. , León-Monar , P. , & Quizhpe-Baculima , V. . (2025). Desafíos y oportunidades del comercio electrónico para las MYPIMES, un

enfoque práctico . 593 *Digital Publisher CEIT*, 10(1), 630-640.

<https://doi.org/10.33386/593dp.2025.1.2904>

Barbery Montoya , D. C., & Candell Dávila , E. F. (2018). Acciones del marketing para la promoción y creación de marca de artistas ecuatorianos . *ACADEMO Revista De Investigación En Ciencias Sociales Y Humanidades*, 6(1), 43–58. url:

<https://revistacientifica.uamericana.edu.py/index.php/academo/article/view/107>

Bayón Jiménez, M., & Durán, G. (2023). Decolonizar los estudios urbanos desde la Amazonía: prácticas indígenas para disputar la urbanización planetaria. *Revista INVI*, 38(107), pp. 13–48. <https://doi.org/10.5354/0718-8358.2023.68859>

Bazzara, L. (2021) De embudos, filtros y brújulas: economía, técnica y subjetividad en Spotify. *Revista Hipertextos*, 9 (15), 47-82. DOI: <https://doi.org/10.24215/23143924e028>

Blanco Marcos, J., & Conde Melguizo, R. (2025). La digitalización del patrimonio cultural como metodología didáctica. El caso de la Residencia de Estudiantes. *Street Art & Urban Creativity*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.25765/sauc.v11.5675>

Becerra Molina, E., Jaramillo Calle, Y., & Flores, M. E. (2021). El comercio electrónico en tiempos de COVID-19, en el entorno de los negocios de la región 6. *Ciencia Digital*, 5(4), 94–113. Url:

https://www.researchgate.net/publication/355099777_El_comercio_electronico_en_tiempos_de_COVID-19_en_el_entorno_de_los_negocios_de_la_region_6

Belén, V. (2023) Inteligencia artificial, cultura y educación: una plataforma latinoamericana de podcast para resguardar el patrimonio cultural.. *Tsafiqui - Revista Científica En Ciencias Sociales*, 13(2). <https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v13i21.1195>

Benavides-Loja, A. C., & Ávila-Rivas, J. M. (2021). El comportamiento del consumidor en el comercio electrónico durante la pandemia por COVID-19: caso Ecuador. *Revista Dilemas*

Contemporáneos: Educación, Política y Valores 6(6), 492-504. doi:

<https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.807>

Bieletto, N (2020) Ciudades vibrantes Sonido y experiencia aural urbana en América Latina.

Ediciones Universidad Mayor SpA, 2(42),177-185. url:

<https://ric.iberomx/index.php/ric/article/view/162>

Caina Guamán, A. E. (2023). Análisis de herramientas de pagos en línea en el

Ecuador. *Esprint Investigación*, 2(2), 14–25. Doi: <https://doi.org/10.61347/ei.v2i2.54>

Calle-Cordova, M. J., Tenecota-Huerta, L. F., & Arevalo-Herrera, D. F. (2024). Políticas de Inclusión Digital en la Educación: Perspectivas para el Ecuador. *Revista Docentes*

2.0, 17(2), 355–361. <https://doi.org/10.37843/rtd.v17i2.564>

Celi Párraga, R. J., Boné Andrade, M. F., Mora Olivero, A. P. (2023). Programación Web del Frontend al Backend. Editorial Grupo AEA. Doi: <https://doi.org/10.55813/egaea.l.2022.18>

Cevallos Gorozabel, E. M., & Pazmiño Méndez, F. W. (2024). El Trabajo Informal y

Desigualdad: Retos para las Políticas Laborales en Ecuador. *Ciencia Latina Revista*

Científica Multidisciplinar, 8(6), 1515-1542. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.14921

Cordero, F. (2018). Diseño de interfaces gráficas para recursos didácticos digitales. *diseño arte y arquitectura*, (5), 11–29. <https://doi.org/10.33324/daya.v0i5.189>

Cuaila Escobar, G. S. (2020). El impacto de la era digital para las organizaciones culturales.

Tierra Nuestra, 14(2), 92-94. <https://doi.org/10.21704/rtn.v14i2.1663>

Dalbosco, D. M. (2024). El intérprete musical como personaje en las películas de Carlos

Gardel y Amália Rodrigues: transmedialidad, profesionalización y globalización. *L'Atalante*.

Revista de estudios cinematográficos, 38, 155–170. Uri:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9885087>

De La Cruz Rivera , L. A., & Morejón López, G. E. (2024). Tendencia en el diseño web sobre los marcos de trabajo para esquemas adaptativos: Revisión sistemática de la literatura.

Revista Social Fronteriza, 4(3), e43282. doi: [https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4\(3\)282](https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4(3)282)

Domínguez , C.S.M (2021) Personal Branding como estrategia de introducción de grupos musicales. *Revista digital de ciencia*, 8(2), 235-247.url:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=8298204>

Eduardo, L (2024) Desconectados: causas y remedios de la brecha digital. *E-Revista internacional de la protección social*. 9(1), 80-103.doi: [https://doi.org/10.12795/e-](https://doi.org/10.12795/e-RIPS.2024.i01.04)

[RIPS.2024.i01.04](https://doi.org/10.12795/e-RIPS.2024.i01.04)

Escobar Salinas, A. F., & Rodríguez Manzano, J. L. (2025). Impacto del contenido audiovisual en la promoción digital de los artistas urbanos en Tena,

Ecuador. *Religación*, 10(45), e2501395. doi: <https://doi.org/10.46652/rqn.v10i45.1395>

Estrada-Velasco, M. V., Núñez-Villacis, J. A., Saltos-Chávez, P. R., & Cunuhay-Cuchiye, W. C. (2021). *Revisión sistemática de la metodología Scrum para el desarrollo de software*.

Dominio de las Ciencias, 7(4), 434–447. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i4.2429>

Fabiani Orbea, B. L., Villalva Ginez, L. T., & Villegas-Yagual, F. E. (2024). Implicaciones del comercio electrónico en la tributación del Ecuador. *RECIAMUC*, 8(4), 88-123. doi:

[https://doi.org/10.26820/reciamuc/8.\(4\).dic.2024.88-123](https://doi.org/10.26820/reciamuc/8.(4).dic.2024.88-123)

Fellone, U. (2021). Los géneros musicales en las músicas populares urbanas y su dimensión temporal: estado de la cuestión y propuestas para su análisis. *Resonancias*,

25(49), 61-83. doi:<https://doi.org/10.7764/res.2021.49.4>

Fernandez, P. (2023). Creación de componentes en JavaScript: Curso práctico. Madrid: *R-A Editorial*.

Gallardo Lavado, K. N., Geronimo Llanos, R. E., Mogollon Lavi, L. E., & Polo Gastulo, G. S. (2025). La personalización de UX mediante IA en el marketing digital en Latinoamérica

(2018-2024). *REVISTA DE CIENCIAS Y ARTES*, 2(4), 124–180. Recuperado a partir de <https://revistasucal.com/index.php/rca/article/view/97>

Guapulema Ocampo, K. J., Alvarado Guapulema, P. A., Proaño del Castillo, M. G., & Peñaloza Camacho, K. I. (2024). La brecha digital en la educación ecuatoriana: Desafíos post pandemia: The digital divide in ecuadorian education: post-pandemic challenges. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 5(5), 4038 – 4051. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2907>

Gustavo, B. (2022). Desarrollo de un backend para la gestión del sistema penitenciario del Ecuador. *Concidencia Digital*, 5(3), 47-66.
doi:<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v5i3.2.2319>

Heredia, D. V. (2022). El comercio electrónico y su perspectiva en el mercado ecuatoriano. *ComHumanitas* , 13(1), 1-33. doi:<https://doi.org/10.31207/rch.v13i1.333>

Hueso Romero, Jose Javier. 2022. «Creación De Una Red Neuronal Artificial Para Predecir El Comportamiento De Las Plataformas MOOC Sobre La Agenda 2030 Y Los Objetivos Para El Desarrollo Sostenible». *Vivat Academia* 155 (enero):61-89.
<https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1386>.

Intriago, A. K. (2024). Hacia el Futuro Digital: E-commerce y Transformación en el Contexto Ecuatoriano. Manabi : *Ciencia Latina*, 7(6), 245-259.Doi: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i6.9375

Jara Jiménez, M. M., Merizalde Véliz, D. C., Ortega Méndez, Y. X., Recalde Aguilar, L. M., Cadena Miranda, D. I., & Muñoz Macías, S. C. (2025). Emprendimiento digital, oportunidades y desafíos en la era tecnológica. *South Florida Journal of Development*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.46932/sfjdv6n1-020>

Katz, R, Callorda, F, & Jung, J. (2020) "El estado de la digitalización de América Latina frente a la pandemia de la COVID-19". *Revista Latinoamericana de Economía y Sociedad Digital*, 1-34. doi: [10.53857/GQOL2178](https://doi.org/10.53857/GQOL2178)

Lazzarin, L. F. (2024). Aproximações entre músico "independente", cultura digital e empreendedorismo. *Revista História: Debates E Tendências*, 24(2), 83-100.
<https://doi.org/10.5335/hdtv.24n.2.16219>

Li, Y.-C., & Cassany, D. (2023). Informal learning of Spanish in a Chinese music fan community. *Profesional de la información*, 32(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.05>

Los Derechos de Autor (Propiedad Intelectual) en relación a la Ley Orgánica de Comunicación y a la Ley Orgánica de Control de Poder del Mercado(2006). Obtenido de:
https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/7_estudio_derechos_de_autor_frente_la_ley_org_comunicaci%C3%B3n_y_la_lorcpm.pdf

López-Rodríguez, C. E., Sotelo-Muñoz, J. K., Muñoz-Venegas, I. J. y López-Aguas, N. F. (2024). Análisis de la multidimensionalidad del brand equity para el sector bancario: un estudio en la generación Z. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 14(27), 9-20. <https://doi.org/10.17163/ret.n27.2024.01>.

Lezcano Gil, A. J., Geronimo Dionicio, P. O., & Mendoza De Los Santos, A. C. (2023). Principales medidas de seguridad para la protección de información y datos en la nube: una revisión sistemática. *INGENIERÍA INVESTIGA*, 5. <https://doi.org/10.47796/ing.v5i0.796>

Ley orgánica de protección de datos personales. (2021). ley orgánica de protección de datos personales. 38. Obtenido de: https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/ley_organica_de_proteccion_de_datos_personales.pdf

- López Jiménez, D. F., & del Alcázar Ponce, J. P. (2021). Transformación digital en Ecuador: la pandemia como acelerador del ecosistema. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(5), 8395-8417. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i5.932
- López, C. E., Sotelo, J. K., Muñoz, I. J. y López, N. F. (2024). Análisis de la multidimensionalidad del brand equity para el sector bancario: un estudio en la generación Z. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 14(27), 9-20. Doi: <https://doi.org/10.17163/ret.n27.2024.01>
- Masís González, T. (2021). Capitalismo de plataformas, producción y consumo de música: el caso de Spotify. *ESCENA. Revista De Las Artes*, 81(2), 42–61. <https://doi.org/10.15517/es.v81i2.49478>
- Marín &Guadalupe G, H. (2022) Un análisis de las plataformas musicales de streaming desde una perspectiva publicitaria. *Comunicación y pluralidad en un contexto divergente*. 426-451. Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8559933>
- Mera, C. (2021). Desafíos del comercio electrónico para las PYMES ecuatorianas. *Espí-ritu Emprendedor TES*, 5(4), 19–39. <https://doi.org/10.33970/eetes.v5.n4.2021.285>
- Miller R, N. G. (2024). Creación de la Página Web Institucional para el Instituto Superior Tecnológico Alberto Enríquez enfocada en la Experiencia de Usuario (UX). *Reincasol*, 3(6), 3018-3038. doi:[https://doi.org/10.59282/reincisol.V3\(6\)3018-3038](https://doi.org/10.59282/reincisol.V3(6)3018-3038)
- Medina Fernández, A. (2021). The effects of Task-Based Language Teaching on the Speaking Skill: A systematic research synthesis and meta-analysis . *Ciencia Digital*, 5(4), 72-93. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v5i4.1801>
- Meza Arguello, D. M., Estrada Realpe, K. J., Franco Valdez, J. L., Pazmiño Gómez, G. Y., Luzuriaga Peña, L. L., & Rodríguez Paredes, C. L. (2024). La música como vehículo cultural: Impacto de las canciones en la identidad y cohesión social. *Revista Científica Multidisciplinaria Ogma*, 3(3), 55-68. <https://doi.org/10.69516/xbfv6g57>

Moraza, J. L. (2023). El arte como aprendizaje del aprendizaje. En Congreso Internacional de Bellas Artes (CIBA) (Ed.), *CIBA 1: Congreso Internacional de Bellas Artes* (pp. 16–23).

Universidad Rey Juan Carlos.uri: <http://hdl.handle.net/10644/8499>

Muñoz Olvera, E. Y., Jácome Bastidas, E. G., & Medina Espinoza, G. J. (2024). Análisis de la brecha digital y el acceso a recursos tecnológicos en las instituciones de educación secundaria en Ecuador. *Revista Científica Multidisciplinaria*, 8(2), 6697–6718.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.11086

Niño Garcia, D. Y. (2022). Los datos personales y sus riesgos jurídicos a partir de la transformación digital en el comercio electrónico. *Revista CES Derecho*, 13(1), 70–89.

<https://doi.org/10.21615/cesder.6386>

Ollila, R. ., Mäkitalo, N. ., & Mikkonen, T. . (2022). Modern Web Frameworks: A Comparison of Rendering Performance. *Journal of Web Engineering*, 21(03), 789–814.

<https://doi.org/10.13052/jwe1540-9589.21311>

ONU. (2020). La Nueva Agenda Urbana (Vols. 978-92-1-132869-1). *ONU-Habitat*.

Ortega-Vivanco, M. (2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento del consumidor: Caso Ecuador. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), pp. 233-247. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.03>

Ortiz, D. ., (2024). El comercio electrónico en Biblián – Ecuador. Un estudio comparado pre y post-COVID. *Dialet*, 26(2), 434-445.uri:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9545972>

Padilla, E. J., Portilla, G. I., & Torres, M. (2020). Aprendizaje autónomo y plataformas digitales: el uso de tutoriales de YouTube de jóvenes en Ecuador. *Estudios Pedagógicos*, 46(2), 285–297. Doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052020000200285>

Paipa Bolaños, A. (2021). Evolución del comercio electrónico: Una perspectiva desde China y América Latina. *Revista Brújula: Ciencias Sociales*, 5(4), 94–113. doi:

<https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v5i4.1801>

Parra, E., & Torres, M. (2018). La gamificación como recurso didáctico en la enseñanza del diseño. *Educación Artística Revista De Investigación*, (9), 160-173.

<http://dx.doi.org/10.7203/eari.9.11473>

Perez, A (2021) Brecha digital de género y competencia digital entre estudiantes universitarios. *Ucrea*, 50(1), 505-513. Uri: <http://hdl.handle.net/10902/21791>

Perez, S. Q. (2021). Herramientas y tecnologías para el desarrollo web desde el FrontEnd al BackEnd. *SEDICI*, 5(3), 347-350.

Pérez Valero, L., & Campos, S. (2019). Fonograma erotizado: producción musical y mujer en la música popular de Guayaquil. *Contrapulso - Revista Latinoamericana De Estudios En Música Popular*, 1(1). <https://doi.org/10.53689/cp.v1i1.9>

Perez-Valero, L. (2023). De lenguas ancestrales y música urbana: hip-hop a través del kichwa. *Contrapulso*, 40-53. doi:<https://doi.org/10.53689/cp.v5i2.214>

Peñalver Vilar, J. M., & Porta, A. (2021). La competencia digital en el futuro maestro: un Proyecto Docente para las nuevas tecnologías aplicadas a la Música. *DEDiCA. Revista De Educação E Humanidades (dreh)*, (19), 35–62. <https://doi.org/10.30827/dreh.vi19.15650>

Pianchiche-Añapa, D., Pico-Valencia, P., & Holgado-Terriza, J. A. (2024). Sistema de aprendizaje automático para la detección y análisis de contenido sexista en la música urbana. *Revista Tecnológica - ESPOL*, 36(1), 68–80. doi:

<https://doi.org/10.37815/rte.v36n1.1088>

Rengel, M. D. (2022). Ventajas del Marketing Digital en el sector comercial de Ecuador, en tiempos de COVID-19. *Revista Espacios*, 43(3), 43-52.

<https://www.revistaespacios.com/a22v43n03/a22v43n03p05.pdf>

Rodriguez, N (2020). El ascenso del freestyle de competencia en Chile: la batalla de gallos como forma renovada de hacer y consumir el hip-hop. *Contrapulso*, 2(2), 65-79. doi: <https://doi.org/10.53689/cp.v2i2.60>

Rodríguez, P (2024) Brecha digital y transformación social: el impacto de las nuevas tecnologías en América Latina y el Caribe. *ACCESO*, 5(1). url: <https://revistas.upr.edu/index.php/acceso/article/view/21537>

Rosello Capra, M. (2022). El diseño como hipermediador entre las personas y el acceso al arte y la cultura. Experiencias inclusivas y nuevas tecnologías. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (166). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi166.7054>

Rubio, F. Vega, P. Reyes, R (2020) NoSQL vs. SQL in Big Data Management: An Empirical Study. *Kneopen*, 40-49. Doi: <https://doi.org/10.18502/keg.v5i1.5917>

Salgado-Reyes, N. (2023). Uso de la inteligencia artificial en la personalización de la experiencia del usuario en plataformas digitales. *Polo del Conocimiento*, 8(6), 1190–1206. <https://doi.org/10.23857/pc.v8i6.5738>

Sanchez, A., Verdugo, J., & Petroff, I. (2025). Música popular urbana: heavy metal y rap en Cuenca, Ecuador entre 2000 y 2015. Escenas desde la región. *Revista de Educación, Arte y Comunicación*, 14(1), 123–138. Doi: <https://doi.org/10.54753/eac.v14i1.2253>

Sanchez, A(2020) Musicología de la música popular urbana heavy metal y rap en Cuenca, Ecuador. UCUENCA, Url: <https://rest-dspace.ucuenca.edu.ec/server/api/core/bitstreams/348ad5ce-f37f-4087-a18f-4962c92ce602/content>

Sánchez-Saritama , L. ., Ramírez-Meza , G. ., & Novillo-Maldonado, E. . (2021). Marketing Digital en la industria del entretenimiento musical. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 423-436. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.785>

Spencer, C. (2020) Música, consumo y crítica cultural. Hacia un marco histórico y teórico para el estudio de los festivales en América Latina (1990-2020). *Revista Argentina de musicología*. 21(2), 21-60.url: <https://ojs.aamusicologia.ar/index.php/ram/article/view/327>

Sedeño-Valdellós, A. (2024). Ecosistema digital y plataformización de contenidos: lógicas de distribución y consumo musical transmedia en los nuevos formatos audiovisuales y el livestreaming. *Palabra Clave*, 27(1), e2716. doi: <https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.1.6>

Tamayo, J(2025) Los rezagos de la educación tradicional en los momentos actuales en el Ecuador: Una educación carcelaria dentro de las instituciones educativas. *JESSR*, 5(1).doi: <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v5/n1/165>

Tavernise, W. J. (2022). Emprendimientos de base tecnológica en América Latina. Vector de progreso tecnológico y desarrollo sostenible en la fase de reactivación post-covid 19. INNOVA UNTREF. *Revista Argentina De Ciencia Y Tecnología*, 1(10). Recuperado a partir de <https://revistas.untref.edu.ar/index.php/innova/article/view/1590>

Tobo-Mendivelso, M., & Rodríguez-Benavides, I. (2023). Diálogo de saberes en el Área de Música de la Línea de Profesionalización de Artistas del Proyecto Colombia Creativa. *Revista Electrónica Complutense de Investigación en Educación Musical*, 20, 179–189. Doi: <https://doi.org/10.5209/reciem.82035>

Tiscornia, A. G.S.A.A (2024) Zenelbit, identidad musical en tiempos de automatización absoluta.TI, 4, 13-18.url: <https://publicaciones.unpaz.edu.ar/OJS/index.php/ti/article/view/1751>

Tituaña Sangucho, J. P., Ojeda Carrasco, J. L., Girón Rodríguez, J. P., Bonilla Granja, D. S., & Jara Moya, S. (2024). Análisis de Frameworks Frontend para Aplicar UX/IU en el Desarrollo Web: Una Revisión Sistemática. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(3), 841-862. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3.11290

- Trujillo Valdiviezo, G., Rodríguez Alegre, L., Mejía Ayala, D., & López Padilla, R. (2022). Transformación digital en América Latina: una revisión sistemática. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(100), 1519–1536. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.100.15>
- Valderrama, M., & Velasco, P. (2018). ¿Programando la creación? Una exploración al campo socio-técnico de YouTube en Chile. *Cuadernos.Info*, (42), 39–53. <https://doi.org/10.7764/cdi.42.1370>
- Valenzuela, M. Ángel. (2021). Gamificación para el aprendizaje. *Revista Educación Las Américas*, 11(1), 91-103. <https://doi.org/10.35811/rea.v11i1.140>
- Vargas Zermeño, E. (2024). Criterios de implementación de Tailwind CSS en desarrollos frontend. *Cuadernos Técnicos Universitarios De La DGTIC*, 2(3). <https://doi.org/10.22201/dgtic.ctud.2024.2.3.63>
- Vasco-Juárez, S. I., & Guananga Guamán, C. D. (2022). Fray Agustín de Azkunaga: Revalorización cultural desde el ámbito educativo y artístico. *Revista Científica de Estudios Sociales y Humanísticos Fray Agustín de Azkunaga*, 2(1), 19–29.
- Villatoro, M., & Segovia, A. (2023). Un análisis de las plataformas musicales digitales en el ecosistema cultural contemporáneo. *Revista Interdisciplinaria de Comunicación Digital*, 12(1), 18–36.
- Villegas Simón, I. (2022). Los captadores de la atención: creadores de contenido ante las lógicas de las plataformas digitales. *Anuario Electrónico De Estudios En Comunicación Social "Disertaciones"*, 15(2). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.11716>
- Viñuela Suárez, E. (2023). La resignificación del espacio urbano a través de la música pop mainstream. *Arbor*, 199(810), a726. <https://doi.org/10.3989/arbor.2023.810006>

Vyas, R. (2022). Comparative Analysis on Front-End Frameworks for Web Applications. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 10(7), 298–307. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2022.45260>

Ynciarte, L. E. (2023). Plata-formas: Industrias culturales y comunicación digital en Ecuador. *Revista científica en ciencias sociales*, 13(21), 21-31.
doi:<https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v13i21.1199>

8. Anexos

Anexo 1 – Encuestas:

Se presenta los resultados de 2 encuestas realizadas a artistas y productores locales, con el objetivo de identificar las principales dificultades que se enfrentan en la promoción y su comercialización de su música. Las encuestas se centrar en la falta de herramientas digitales como el sitio web, esta información busca aportar soluciones que fomenten el desarrollo musical al país.

Encuesta 1

Dificultades de los Artistas Locales para Promocionar y Comercializar su Música en Ecuador

La encuesta fue realizada a 12 artistas locales en Ecuador.

1. ¿Actualmente tienes un sitio web para promocionar tu música?

- Sí: 3 artistas
- No: 9 artistas

2. En escala de 1 a 5 ¿Qué tan importante consideras tener un sitio web para promocionar tu música?

- 1 (Nada importante): 1 artista
- 2: 2 artistas
- 3: 3 artistas
- 4: 4 artistas
- 5 (Muy importante): 2 artistas

3. ¿Qué problemas enfrentarías al crear o mantener un sitio web?

- Falta de conocimientos técnicos: 8 artistas
- Costo elevado: 6 artistas
- Falta de tiempo: 3 artistas
- Baja confianza en la utilidad del sitio web: 4 artistas

4. ¿En qué género musical te especializas?

- Urbano (reguetón, trap, rap): 5 artistas
- Andino/tradicional: 2 artistas
- Pop/rock: 3 artistas
- Electrónica: 1 artista
- Otros: 1 artista

5. ¿Has intentado comercializar tu música en línea?

- Sí: 4 artistas

- No: 8 artistas

6. Si no lo has hecho, ¿por qué?

- No sé cómo hacerlo: 5 artistas
- No tengo los recursos: 3 artistas

7. ¿Te interesaría recibir capacitación sobre creación de sitios web y estrategias de promoción en línea?

- Sí: 10 artistas
- No: 2 artistas

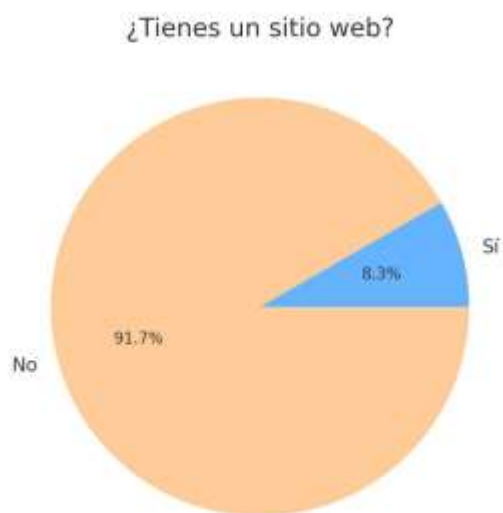


Figura 1.

La mayoría de los artistas no cuenta con un sitio web propio, lo que refleja una limitada utilización de plataformas digitales para su promoción.

¿Has intentado comercializar en línea?

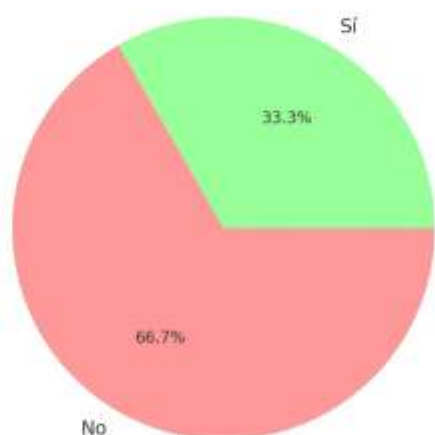


Figura 2

La mayoría no ha intentado comercializar su música en línea debido principalmente a la falta de conocimientos y recursos.



Figura 3

Existe un alto interés por recibir formación, lo que representa una oportunidad para implementar programas de capacitación.

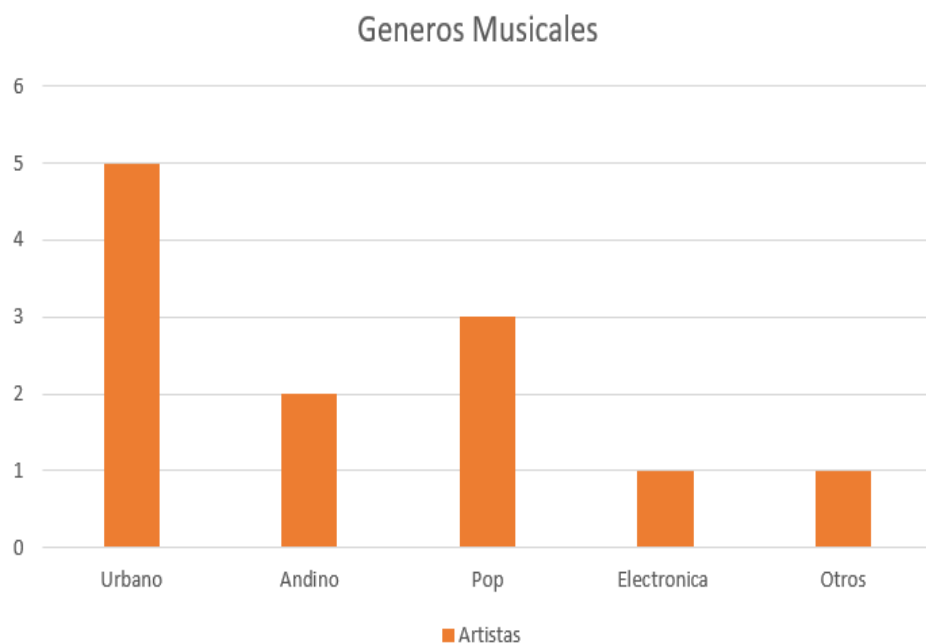


Figura 4

El género urbano es el predominante, lo que sugiere que los esfuerzos deberían enfocarse en este sector para maximizar el impacto.

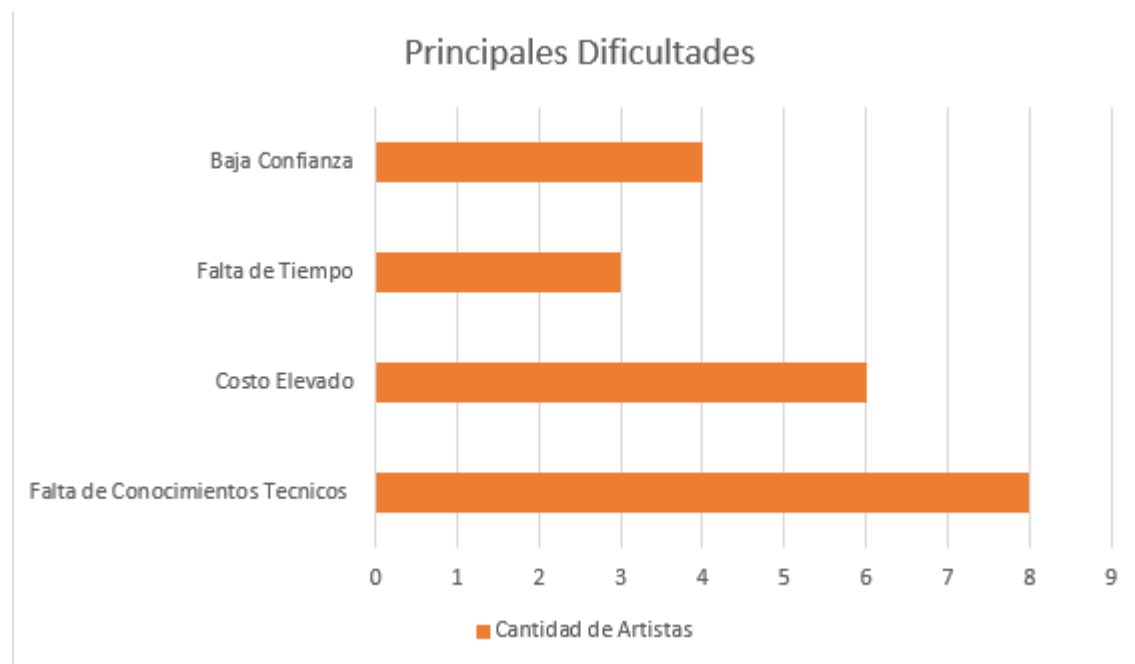


Figura 5

Las principales barreras identificadas son la falta de conocimientos técnicos y el costo asociado, señalando la necesidad de formación y apoyo financiero.

Encuesta 2

Dificultades para crear un sitio web para la visualización y venta de pistas musicales
Esta encuesta se hizo a los 12 artistas y a 18 productores Instrucciones: Esta encuesta está dirigida a artistas locales y productores locales. Por favor, responda con sinceridad seleccionando las opciones que mejor reflejen su situación.

1. Información Inicial

¿A qué grupo pertenece?

- Artista Local
- Productor Local

2. Razones para No Tener un Sitio Web Propio

Por favor, marque las razones que considera más relevantes para no contar con su propio sitio web:

- Falta de conocimientos técnicos:
- No sé cómo crear o gestionar un sitio web.

- No lo considero necesario:
- Mi negocio o actividad no necesita un sitio web en este momento.
- Falta de confianza en diseño:
- No confío en mi capacidad para diseñar un sitio web atractivo o funcional.
- Otros motivos:
- Costos demasiado altos.
- Falta de tiempo.
- Otros (especifique): _____

3. Interés en Soluciones

- ¿Le interesaría recibir apoyo para desarrollar su propio sitio web?
- Sí
- No
- Si respondió "Sí", ¿qué tipo de apoyo necesitaría? (puede seleccionar más de una opción):
 - Capacitación técnica.
 - Asistencia en diseño.
 - Financiamiento.
 - Otros (especifique): _____

Datos Obtenidos

Artistas Locales (12 participantes):

- Falta de conocimientos técnicos: 8 respuesta.
- No necesario: 3 respuesta.
- Falta de confianza en diseño: 1 respuesta.
- Otros: 0 respuestas.

Productores Locales (18 participantes):

- Falta de conocimientos técnicos: 8 respuestas.
- No necesario: 6 respuestas.
- Falta de confianza en diseño: 4 respuestas.
- Otros: 3 respuestas (falta de tiempo y costos).

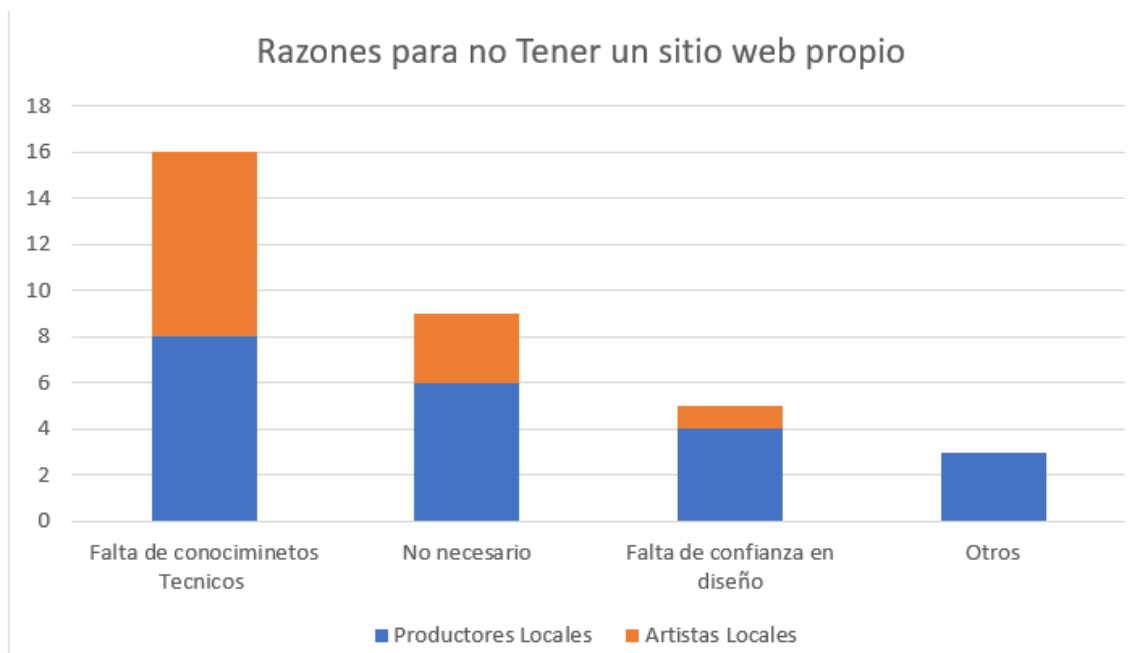


Figura 6

Los artistas y los productores suelen tener dificultades porque los artistas, no saben mucho de tecnología y piensan que no necesitan tener un sitio web.

Tabla A1.1 – Resultados obtenidos de artistas locales

Opción seleccionada	Número de respuestas	Porcentaje (%)
Falta de conocimientos técnicos	8	66.70%
No considera necesario	3	25.00%
Falta de confianza en diseño	1	8.30%
Otros	0	0.00%

Tabla A1.2 – Resultados obtenidos de productores locales

Opción seleccionada	Número de respuestas	Porcentaje (%)
Falta de conocimientos técnicos	8	44.40%
No considera necesario	6	33.30%
Falta de confianza en diseño	4	22.20%
Otros (falta de tiempo y costos)	3	16.70%

Conclusiones

Las encuestas realizadas muestran que los artistas y productores locales enfrentan importantes barreras para aprovechar herramientas digitales como sitios web para la promoción y comercialización de su música. La falta de conocimientos técnicos, los altos costos y la percepción de inutilidad de estas plataformas son los principales retos que limitan su adopción. Sin embargo, también se evidencia un alto interés por parte de los participantes en recibir capacitación y asistencia, lo que sugiere que existen oportunidades claras para fomentar su desarrollo en el ámbito digital.

Para abordar estas necesidades, se recomienda implementar programas de formación técnica y diseño, junto con iniciativas de financiamiento accesibles que permitan superar las limitaciones económicas. Además, se debe priorizar el género urbano debido a su relevancia predominante en la escena musical local, desarrollando estrategias que capitalicen su potencial de mercado y posicionen a los artistas ecuatorianos en un panorama competitivo.

Evidencias



Productores urbanos llenando la encuesta como parte del proceso de validación de requerimientos funcionales del sistema. Esta actividad sirvió como base para la creación del backlog inicial en el marco de trabajo SCRUM.

Anexo 2- Guiones de Entrevistas

Guion de Entrevista para el productor

Trayectoria y contexto

1. ¿Cuántos años llevas en la industria musical como productor y cuáles han sido algunos de tus trabajos más importantes?

Necesidad del proyecto

2. ¿Qué necesidades identificas en el entorno musical ecuatoriano que motivaron la creación de esta página web?
3. ¿Por qué decidiste enfocarte en el género urbano y no en otros estilos musicales?

Funcionalidades esperadas

4. ¿Qué ventajas representa tener un sitio web con dominio personalizado para mostrar tu trabajo como productor?
5. ¿Qué elementos no deberían faltar en una página web pensada para vender Beats en el contexto ecuatoriano?
6. ¿Cómo puede una plataforma digital ayudar a formar una comunidad entre productores y artistas del género urbano?

Beneficios esperados

7. ¿Cómo puede una página web personalizada reflejar tu estilo artístico y fortalecer tu marca personal como productor urbano?
8. ¿Qué impacto crees que podría tener este proyecto para otros productores ecuatorianos en el mediano y largo plazo?

Validación del problema

9. ¿Qué problemas existen actualmente en las plataformas internacionales para vender instrumentales desde Ecuador?

Recomendaciones

10. ¿De qué forma crees que las calificaciones y comentarios de usuarios pueden fortalecer la credibilidad del sitio y la confianza en tus beats?

Guion de Entrevista para los artistas

Trayectoria y contexto

1. ¿Cuánto tiempo llevas haciendo música y cómo defines tu estilo dentro del género urbano?

Necesidad del proyecto

2. ¿Qué tan fácil o difícil ha sido para ti encontrar beats que se ajusten a tus necesidades?
3. ¿Has comprado instrumentales por internet? ¿Cómo fue esa experiencia?
¿Tuviste problemas con los métodos de pago?

Funcionalidades esperadas

4. ¿Qué funcionalidades valoras más en una página para comprar instrumentales (previsualización, descarga inmediata, precios, etc.)?
5. ¿Qué tipo de garantías o validaciones te harían sentir más seguro al comprar beats en línea?
6. ¿Te gustaría poder dejar reseñas o valorar públicamente el beat que compraste?
¿Por qué?

Beneficios esperados

7. ¿Te parece que una plataforma enfocada en el mercado urbano local puede ayudarte a crecer profesionalmente?
8. ¿Qué importancia le das a que el beat esté producido localmente y refleje elementos culturales de tu entorno?

Validación del problema

9. ¿Consideras que las plataformas actuales promueven adecuadamente la música urbana hecha en Ecuador?

Recomendaciones o mejoras

10. ¿Qué tan dispuesto estarías a invertir en una plataforma nacional si te ofrece calidad, facilidad de pago y personalización?

Guion para entrevista general

Trayectoria y contexto

1. ¿Conoces o has usado alguna plataforma para comprar o descargar instrumentales en línea? ¿Cuál?

Necesidad del proyecto

2. ¿Cuáles crees que son las principales barreras para que artistas y productores ecuatorianos se posicionen en plataformas internacionales?

Funcionalidades esperadas

3. ¿Qué esperas encontrar cuando visitas una página de venta de beats (audio, descripción, autor, precio, etc.)?
4. ¿Te sentirías más cómodo usando métodos de pago locales como transferencias o billeteras digitales nacionales? ¿Por qué?
5. ¿Qué elementos visuales o sonoros te motivarían a confiar en un beat antes de comprarlo?
6. ¿Te parece útil que haya una opción para contactar directamente con el productor desde la página?

Beneficios esperados

7. ¿Qué importancia le das a que una página tenga una identidad visual coherente con el género urbano y latino?
8. ¿Consideras importante que la página permita interacción entre usuarios (comentarios, puntuaciones, recomendaciones)?

Validación del problema

9. ¿Qué tan relevante es para ti que los productores muestren su biografía o trayectoria en la plataforma?

Recomendaciones o mejoras

10. ¿Crees que una plataforma desarrollada en Ecuador, centrada en música urbana, puede competir con las internacionales? ¿Por qué?

Guion para entrevista Expertos

Perfil profesional

1. ¿Podrías contarnos brevemente sobre tu experiencia en desarrollo web o sistemas? ¿En qué áreas te especializas actualmente?

Evaluación de la propuesta

2. Desde una perspectiva técnica, ¿cuáles consideras que son los elementos esenciales que debe tener una página web para la venta de productos digitales como beats musicales?

Recomendaciones técnicas

3. ¿Qué tecnologías o lenguajes de programación recomendarías para desarrollar una plataforma web funcional y segura en un entorno como el ecuatoriano?
4. ¿Qué tipo de medidas de seguridad consideras imprescindibles para proteger los datos personales y financieros de los usuarios?
5. ¿Cuál es tu opinión sobre la implementación de métodos de pago locales (transferencias bancarias, billeteras digitales) frente a pasarelas internacionales como PayPal?

Escalabilidad y mantenimiento

6. ¿Qué estrategias debería considerar un desarrollador si desea escalar el sitio web en el futuro para incluir más funcionalidades o soportar más usuarios simultáneos?
7. ¿Qué tan importante es para un sistema como este tener un panel administrativo para gestionar usuarios, productos, pagos y contenido?

Experiencia de usuario

8. Desde tu experiencia, ¿cómo influye la arquitectura de la información y el diseño de la interfaz en la confianza del usuario al momento de comprar online?

Validación del enfoque

9. ¿Consideras viable y necesaria una plataforma enfocada en la venta de beats musicales del género urbano en Ecuador, considerando el contexto digital y tecnológico actual?

Sugerencias de mejora o visión a futuro

10. ¿Qué otras funcionalidades o integraciones crees que podrían implementarse para fortalecer este tipo de plataforma y diferenciarla de otras a nivel internacional?

Anexo 3 - Entrevistas

Productor

Entrevistada: Juan Espinosa– Productor musical ecuatoriano, Fundador de Dkusi

Duración estimada: 27 minutos

Tema: Evaluación técnica de una plataforma web para la venta de Beats musicales en Ecuador

[00:00] ¿Cuántos años llevas en la industria musical como productor? ¿Podrías contarnos sobre algún proyecto relevante?

Llevo un aproximado de tres años como productor. En ese tiempo he trabajado con varios artistas, pero uno de los proyectos más destacados fue con un cantante en Colombia. Viajé personalmente para colaborar en tres trabajos que hoy forman parte de mi biblioteca. Esa experiencia me ayudó a conocer cómo se mueve el mercado en otros países.

[02:15] ¿Cuál es, desde tu perspectiva, la necesidad principal de crear esta página web?

Para nosotros los productores, esta página sería una herramienta clave para mostrar nuestras ideas, vender nuestras pistas y ayudar también a los nuevos compositores. Es una forma de abrirnos camino en el mercado digital, especialmente en el género urbano, que necesita más espacios como este en Ecuador.

[04:35] ¿Por qué se eligió específicamente el género urbano como enfoque del sitio, y no otros estilos musicales?

El género urbano es, hoy por hoy, uno de los más comerciales. Tiene muchísima demanda y eso lo hace atractivo para productores. Aunque también trabajamos otros géneros, este es el que más oportunidades ofrece. Las grandes productoras no abarcan todo lo que el género urbano necesita, y ahí hay una oportunidad.

[06:50] ¿Por qué crees que muchos productores no muestran interés en tener su propio sitio web?

Muchos productores no saben cómo manejar una página ni tienen interés en actualizarla o promocionar sus productos. Falta capacitación en ese aspecto. Entonces prefieren no tener un sitio propio y se quedan publicando de forma limitada en redes o plataformas generales.

[09:00] ¿De qué manera un sitio web personalizado puede reflejar tu estilo artístico y fortalecer tu marca como productor?

Un sitio web propio te da libertad creativa. Puedes elegir cómo se ve, qué sonidos mostrar, qué colores usar... todo eso comunica quién eres. En mi caso, el sitio me permite proyectar mi estilo, que está muy conectado con lo urbano. Eso ayuda a posicionarme como marca: Dkusi no es solo un nombre, es una identidad visual y sonora.

[11:45] ¿Qué rol jugarían las calificaciones de los usuarios dentro del sitio web? ¿Crees que pueden generar confianza?

Definitivamente. Las calificaciones permiten a los compradores ver la experiencia de otros usuarios. Si alguien ve que otra persona compró una pista y tuvo una buena experiencia, eso genera confianza. Es un respaldo público a tu trabajo y hace que más personas se animen a comprar.

[14:00] ¿Cuál dirías que es el principal obstáculo que enfrentan los productores ecuatorianos al vender instrumentales en plataformas internacionales?

El acceso a medios de pago. Muchos ecuatorianos no tienen tarjeta de crédito ni PayPal. Eso nos limita porque las plataformas actuales no están adaptadas al contexto local. Por eso es necesario incluir pagos por transferencia bancaria local, para que el público ecuatoriano también pueda comprar sin complicaciones.

[16:40] ¿Qué características debería tener una página ideal para venta de beats en el mercado ecuatoriano?

Primero, tiene que ser sencilla de usar. Los productores deben poder subir pistas fácilmente, y los usuarios deberían poder escuchar una muestra antes de comprar. Segundo, tiene que tener métodos de pago accesibles como transferencia bancaria local. Y tercero, automatizar la entrega del archivo tras la compra para que todo sea más rápido y profesional.

[19:25] ¿Por qué es importante que esta plataforma se enfoque en música urbana y latina desde Ecuador?

Porque las plataformas grandes como las de Estados Unidos o Europa no dan suficiente visibilidad a la música latina, y menos a la producida en Ecuador. Si tenemos una página

que destaque estos géneros desde aquí, los productores tendríamos más visibilidad y más oportunidades de venta. El sitio web se convierte en una vitrina propia.

[22:00] ¿Cuál crees que sería el beneficio más importante para un productor ecuatoriano que usa esta plataforma frente a otras opciones?

La posibilidad de construir una comunidad local, vender sin intermediarios y tener presencia digital propia. Además, facilita la profesionalización del productor independiente, algo que muchas veces nos falta aquí. No se trata solo de vender, sino de crecer como marca y como negocio.

[25:30] ¿Qué recomendación darías a otros productores jóvenes que aún no se animan a construir una plataforma digital?

Que se atrevan. Al principio da miedo, pero tener tu propio espacio marca la diferencia. Te toma tiempo, pero te da proyección. No dependas solo de redes sociales o terceros; tener tu página es dar un paso hacia algo más profesional y duradero.

Expertos de desarrollo

Entrevistada: Yelim Osorio – Analista de Datos, Business Intelligence en Arca Continental Ecuador

Duración estimada: 9 minutos

Tema: Evaluación técnica de una plataforma web para la venta de Beats musicales en Ecuador

[00:00] ¿Podrías contarnos brevemente sobre tu experiencia en desarrollo web o sistemas? ¿En qué áreas te especializas actualmente?

Actualmente soy analista de datos en Business Intelligence. Trabajo con Power BI, SQL Server, SAP BO y automatización de reportes. Mi rol está más vinculado al análisis y visualización de datos para la toma de decisiones que al desarrollo web como tal.

[01:00] Desde una perspectiva técnica, ¿cuáles consideras que son los elementos esenciales que debe tener una página web para la venta de productos digitales como Beats musicales?

Debe tener login seguro, una base de datos bien diseñada, integración de métodos de pago, una interfaz intuitiva y un panel de control administrativo que permita ver el estado de ventas, usuarios y productos.

[02:00] ¿Qué tecnologías o lenguajes de programación recomendarías para desarrollar una plataforma web funcional y segura en un entorno como el ecuatoriano?

PHP con Laravel me parece una buena opción, especialmente por su documentación y soporte. Para base de datos usa SQL Server. Y en frontend, HTML por su facilidad.

[03:00] ¿Qué tipo de medidas de seguridad consideras imprescindibles para proteger los datos personales y financieros de los usuarios?

HTTPS, cifrado de contraseñas, validación de entradas, autenticación robusta y copias de seguridad constantes.

[04:00] ¿Cuál es tu opinión sobre la implementación de métodos de pago locales (transferencias bancarias, billeteras digitales) frente a pasarelas internacionales como PayPal?

Los métodos locales son clave. En Ecuador, no todos usan tarjetas de crédito o PayPal, así que transferencias, billeteras o códigos QR son muy necesarios si se quiere llegar a más usuarios.

[05:00] ¿Qué estrategias debería considerar un desarrollador si desea escalar el sitio web en el futuro para incluir más funcionalidades o soportar más usuarios simultáneos?

Usar servicios en la nube, código limpio y documentado, pruebas automatizadas, y pensar desde el inicio en una arquitectura que permita agregar módulos sin reescribir todo el sistema.

[06:00] ¿Qué tan importante es para un sistema como este tener un panel administrativo para gestionar usuarios, productos, pagos y contenido?

Es fundamental. No se puede operar sin un panel que centralice el control del sistema, y que permita tomar decisiones con base en datos reales.

[07:00] Desde tu experiencia, ¿cómo influye la arquitectura de la información y el diseño de la interfaz en la confianza del usuario al momento de comprar online?

Mucho. Si la interfaz es confusa o desordenada, el usuario desconfía. Necesita encontrar lo que busca rápidamente, entender cómo funciona la compra y sentirse seguro.

[08:00] ¿Consideras viable y necesaria una plataforma enfocada en la venta de Beats musicales del género urbano en Ecuador, considerando el contexto digital y tecnológico actual?

Sí, es viable y necesaria. Hay talento, pero pocas plataformas que lo apoyen. Este tipo de proyecto puede profesionalizar a los artistas urbanos en el país.

[08:45] ¿Qué otras funcionalidades o integraciones crees que podrían implementarse para fortalecer este tipo de plataforma y diferenciarla de otras a nivel internacional?

Opciones de prueba gratuita con marca de agua, estadísticas para los productores, licencias personalizadas y vinculación con redes sociales para difundir sus Beats.

Entrevistado: Jordan Yumitaxi – Analista de Sistemas, Arca Continental Ecuador

Duración estimada: 25 minutos

Tema: Recomendaciones técnicas para el desarrollo de una plataforma web de venta de Beats en Ecuador

[00:00] ¿Podrías contarnos brevemente sobre tu experiencia en desarrollo web o sistemas? ¿En qué áreas te especializas actualmente?

Soy especialista en análisis de sistemas. En mi labor, creo soluciones internas empleando PHP y SQL Server. Asisto en la conservación de plataformas de la empresa y cuento con experiencia en la integración de varios módulos en contextos corporativos. Para las pruebas, utilizamos servidores locales como XAMPP, lo cual permite un rápido despliegue y la simulación de entornos en producción.

[02:00] Desde una perspectiva técnica, ¿cuáles consideras que son los elementos esenciales que debe tener una página web para la venta de productos digitales como Beats musicales?

Es necesario contar con protección en el acceso, control de usuarios, base de datos estructurada, conexión con sistemas de pago y una zona de administración o panel de control para observar las actividades en tiempo real. Para verificar antes de lanzarlo

oficialmente, un ambiente local con XAMPP facilita la validación de todos estos componentes de manera segura.

[04:00] ¿Qué tecnologías o lenguajes de programación recomendarías para desarrollar una plataforma web funcional y segura en un entorno como el ecuatoriano?

Para mí PHP se considera una alternativa segura y comúnmente utilizada en Ecuador. SQL Server es robusto y se combina efectivamente con PHP. Es posible también emplear HTML, CSS y JS en la parte frontal. Para realizar pruebas y desarrollar de manera local, sugiero utilizar XAMPP, ya que une Apache, PHP y MySQL/MariaDB, lo que permite emular un servidor antes de pasar a una nivel profesional.

[08:00] ¿Cuál es tu opinión sobre la implementación de métodos de pago locales (transferencias bancarias, billeteras digitales) frente a pasarelas internacionales como PayPal?

Aquí no todos tienen acceso a PayPal. Los pagos locales como transferencias, códigos QR o billeteras digitales son esenciales. Si el usuario no puede pagar con lo que tiene, no va a comprar.

[10:00] ¿Qué estrategias debería considerar un desarrollador si desea escalar el sitio web en el futuro para incluir más funcionalidades o soportar más usuarios simultáneos?

Contar con código que sea modular, emplear servicios en la nube según la necesidad de tráfico, estructurar la base de datos para que tenga capacidad de expansión y llevar a cabo pruebas de carga. Asimismo, es posible segmentar el sistema en diferentes componentes (microservicios) para simplificar su mantenimiento.

[14:00] ¿Qué tan importante es para un sistema como este tener un panel administrativo para gestionar usuarios, productos, pagos y contenido?

Es vital. Sin un panel, se pierde control. Tiene que mostrar métricas, permitir subir productos, revisar pagos, y gestionar usuarios. Además, debe tener seguridad para que solo roles autorizados hagan cambios.

[16:00] Desde tu experiencia, ¿cómo influye la arquitectura de la información y el diseño de la interfaz en la confianza del usuario al momento de comprar online?

Mucho. Si el usuario se confunde o no entiende el flujo de compra, se va. Debe saber dónde está, qué está comprando, y sentir que la página es segura. Eso se logra con una estructura clara y visualmente coherente.

[18:00] ¿Consideras viable y necesaria una plataforma enfocada en la venta de Beats musicales del género urbano en Ecuador, considerando el contexto digital y tecnológico actual?

Sí, es totalmente viable. Hay muchos artistas que no tienen plataformas propias. Una solución como esta ayudaría a formalizar su trabajo y monetizarlo mejor.

[21:00] ¿Qué otras funcionalidades o integraciones crees que podrían implementarse para fortalecer este tipo de plataforma y diferenciarla de otras a nivel internacional?

Sistema de estadísticas para ver reproducciones y ventas, generación automática de licencias, integración con redes sociales, posibilidad de probar el beat antes de comprarlo, y una futura app móvil.

Artistas Urbanos

Entrevistado: Emilio Ruiz

Duración estimada: 12 minutos

Tema: Migración forzada por falta de oportunidades en la industria musical ecuatoriana

[01:30] ¿Cuánto tiempo llevas haciendo música y cómo defines tu estilo dentro del género urbano?

Llevo más de diez años en la música. Empecé con 14, grabando con lo que había. Mi estilo es una fusión entre rap melódico y reguetón con contenido. Siempre traté de contar lo que pasaba en mi entorno, lo que vivimos los que venimos de abajo.

[02:45]: ¿Qué tan fácil o difícil ha sido para ti encontrar beats que se ajusten a tus necesidades?

Bastante difícil. En Ecuador no hay una industria clara ni plataformas adaptadas. Muchas veces usé Beats genéricos de internet porque no había otra opción que se ajustara a lo que quería expresar.

[03:40]: ¿Has comprado instrumentales por internet? ¿Cómo fue esa experiencia?

Sí, pero fue frustrante. Varias veces no podía pagar porque no tenía tarjeta o PayPal. Cuando logré comprar, resultó que otros ya usaban el mismo beat. No había contrato ni exclusividad. Sentí que estaba solo, sin respaldo.

[06:00]: ¿Qué tipo de garantías te harían sentir más seguro al comprar Beats?

Validación del productor, reseñas públicas y un contrato que certifique los derechos de uso. Con eso uno ya se siente más confiado en invertir.

[07:50]: ¿Crees que una plataforma enfocada en el mercado urbano local te habría ayudado a crecer profesionalmente?

Totalmente. En Ecuador nunca tuve apoyo real. Al final, cansado de golpear puertas, tomé la decisión de emigrar a España. Aquí tampoco fue fácil, y aunque seguí intentando con la música, terminé alejándome y estudiando otra carrera. Fue una decisión dura, pero necesitaba estabilidad.

[08:40]: ¿Qué importancia le das a que el beat esté producido localmente y tenga elementos culturales del entorno?

Muchísima. Un beat que suene a tu país tiene otra fuerza. Refleja quién eres, no solo lo que haces. Los sonidos importan porque llevan identidad.

[09:30]: ¿Sientes que las plataformas actuales promueven adecuadamente la música urbana hecha en Ecuador?

Para nada. Lo que promueven es lo que vende, no lo que representa. Si no tienes recursos o conexiones, quedas fuera. Y eso termina empujando a muchos al abandono.

[11:20] final: ¿Qué mensaje le darías a los jóvenes artistas urbanos en Ecuador?

Que no esperen tenerlo todo para empezar. Que usen lo que tienen, que se rodeen de gente real. Pero también que exijan espacios y herramientas que les permitan crecer, porque sin eso muchos terminamos como yo: cambiando el micrófono por otra vida, no porque queríamos, sino porque nos tocó.

Entrevistado: Kaybran Talledo

Duración estimada: 13 minutos

Tema: La búsqueda de autenticidad y colaboración en la escena musical local

[01:10] ¿Cuánto tiempo llevas haciendo música y cómo defines tu estilo dentro del género urbano?

Llevo ya casi una década en esto, empecé muy joven. Mi estilo es bastante versátil, me muevo entre el reguetón, el dance hall y a veces le meto toques de afrobeat. Me gusta que mi música sea para la fiesta, que tenga buena vibra, pero sin dejar de lado un mensaje positivo o una historia con la que la gente se pueda identificar.

[02:35] ¿Qué tan fácil o difícil ha sido para ti encontrar beats que se ajusten a tus necesidades?

Ha sido uno de los mayores desafíos. Al principio, como todos, usaba lo que encontraba en YouTube, pero rápidamente te das cuenta de que para sonar profesional necesitas algo único. Encontrar productores locales que entiendan tu visión y que ofrezcan un sonido de calidad, a un precio justo, es muy complicado. La oferta es limitada.

[05:20] ¿Qué funcionalidades valoras más en una página para comprar instrumentales (previsualización, descarga inmediata, precios, etc.)?

La previsualización sin interrupciones es clave para analizar bien el beat. La descarga inmediata de los archivos WAV y, si es posible, los stems, es fundamental para poder trabajar la canción de inmediato. Y por supuesto, la claridad en los precios y en los términos de la licencia. Saber qué puedes y qué no puedes hacer con el beat es vital.

[06:45] ¿Qué tipo de garantías o validaciones te harían sentir más seguro al comprar beats en línea?

Me daría mucha seguridad un contrato claro y accesible que certifique la licencia. También, un sistema de reputación de los productores, con comentarios y valoraciones de otros artistas. Saber que estás tratando con alguien confiable, que tiene un historial positivo, elimina gran parte del riesgo.

[08:00] ¿Te gustaría poder dejar reseñas o valorar públicamente el beat que compraste? ¿Por qué?

Definitivamente. Es una herramienta de doble vía. Ayuda a los artistas a elegir mejor y presiona a los productores a ofrecer un buen servicio y producto. Fomenta una competencia sana basada en la calidad y la seriedad, no solo en quién tiene más seguidores.

[09:15] ¿Te parece que una plataforma enfocada en el mercado urbano local puede ayudarte a crecer profesionalmente?

Sería un cambio radical para la escena. Una plataforma así no solo sería un mercado de beats, sino un punto de encuentro. Facilitaría colaboraciones, permitiría descubrir nuevos talentos (tanto artistas como productores) y ayudaría a construir una industria local más sólida y unida.

[10:30] ¿Qué importancia le das a que el beat esté producido localmente y refleje elementos culturales de tu entorno?

Le doy una importancia enorme. Un beat que incorpora sonidos de nuestra tierra, de nuestra cultura, tiene un alma diferente. Nos da un sello de autenticidad que no se puede comprar en ninguna plataforma internacional. Es lo que nos puede hacer destacar en un mercado global saturado.

[11:40] ¿Consideras que las plataformas actuales promueven adecuadamente la música urbana hecha en Ecuador?

No, en absoluto. Para las grandes plataformas, Ecuador es un mercado secundario. No

invierten en curaduría local ni en destacar a los artistas emergentes de aquí. Si no tienes una maquinaria de marketing detrás, es como si no existieras para ellos.

[12:50] Final ¿Qué tan dispuesto estarías a invertir en una plataforma nacional si te ofrece calidad, facilidad de pago y personalización?

Estaría totalmente dispuesto. Si una plataforma me ofrece las herramientas para crecer, me facilita el acceso a beats de calidad, me permite pagar de forma segura y sencilla, y además apoya el talento de mi país, no dudaría en invertir. Sería una inversión en mi propio futuro y en el de toda la escena musical ecuatoriana.

Entrevistado: Gustavo Bazurto

Duración estimada: 7 minutos

Tema: La lucha por la visibilidad y la monetización en un mercado digital no adaptado

[00:45] ¿Cuánto tiempo llevas haciendo música y cómo defines tu estilo dentro del género urbano? Llevo metido en esto de manera seria unos cinco años, aunque escribo desde mucho antes. Mi estilo es principalmente trap, pero me gusta meterle full melodía, a veces con influencias de R&B. Mis letras son un reflejo de lo que vivo, de la calle, de las ganas de salir adelante, pero siempre tratando de que suene fresco y profesional.

[01:30] ¿Qué tan fácil o difícil ha sido para ti encontrar beats que se ajusten a tus necesidades? Es un dolor de cabeza constante. Los beats de YouTube son un campo minado: o están sobreutilizados o la calidad es malísima. Cuando buscas algo específico, con un mood particular, es casi imposible encontrarlo gratis. Y los productores buenos de aquí, que los hay, a veces son difíciles de contactar o sus precios no son accesibles para alguien que recién empieza.

[02:15] ¿Has comprado instrumentales por internet? ¿Cómo fue esa experiencia? ¿Tuviste problemas con los métodos de pago? Sí, varias veces. La experiencia es una lotería. He comprado beats en BeatStars y el principal problema es el pago. No todos tenemos tarjeta de crédito, y usar la de un familiar es un lío. Una vez pagué por un beat y el productor nunca me mandó los archivos por separado (los stems), así que no pude mezclar bien mi tema. Perdí esa plata.

[03:00] ¿Qué funcionalidades valoras más en una página para comprar instrumentales (previzualización, descarga inmediata, precios, etc.)? Valoro todo eso, pero sobre todo la transparencia. Quiero poder escuchar el beat completo sin la marca de agua cada 10 segundos. La descarga inmediata es crucial, y que los precios de las licencias (MP3, WAV, Stems) estén clarísimos. Odio cuando tienes que hacer mil clics para saber cuánto te va a costar la licencia que realmente necesitas.

[03:50] ¿Qué tipo de garantías o validaciones te harían sentir más seguro al comprar beats en línea? Un contrato digital claro que se genere con la compra. Algo que diga "este beat es tuyo para estos usos" y que tenga validez. También, un perfil del productor verificado, con su historial, sus redes sociales, que demuestre que es una persona real y sería. Eso cambiaría todo.

[04:30] ¿Te gustaría poder dejar reseñas o valorar públicamente el beat que compraste? ¿Por qué? ¡Sería lo mejor! Porque así se crea una comunidad basada en la confianza. Si un productor entrega todo a tiempo y su calidad es buena, se merece cinco estrellas y que otros lo sepan. Y si alguien es un estafador, también hay que exponerlo. Nos ayudaría a todos a tomar mejores decisiones.

[05:55] ¿Qué importancia le das a que el beat esté producido localmente y refleje elementos culturales de tu entorno? Es un plus gigante. Un beat que tenga un sample de una canción de Julio Jaramillo o un ritmo que suene a la costa ecuatoriana te da una identidad instantánea. Te diferencia del resto. Es una forma de decir "soy de aquí y así sonamos".

[06:25] ¿Consideras que las plataformas actuales promueven adecuadamente la música urbana hecha en Ecuador? Para nada. Eres un número más entre millones. Las playlists editoriales de Spotify o Apple Music rara vez incluyen a un artista ecuatoriano si no tiene un respaldo gigante detrás. Estamos solos en esa selva.

[06:50] Final ¿Qué tan dispuesto estarías a invertir en una plataforma nacional si te ofrece calidad, facilidad de pago y personalización? Estaría 100% dispuesto. Si me garantizan calidad profesional, me dejan pagar de forma sencilla y siento que es una plataforma que entiende mis necesidades como artista ecuatoriano, sería el primero en usarla y recomendarla. Es una inversión en mi propia carrera y en la de todos los que vienen.

Entrevistado: Andrés García

Duración estimada: 14 minutos

Tema: El aislamiento y la falta de un ecosistema local como causa del abandono artístico

[01:15] ¿Cuánto tiempo llevas haciendo música y cómo defines tu estilo dentro del género urbano? Estuve activo unos ocho años, desde que era adolescente hasta los veintipico. Mi enfoque siempre fue el rap con conciencia, tratando de contar las historias de mi barrio. No era tanto de fiesta, sino más bien de la realidad que nos tocaba vivir, con un sonido crudo y directo.

[02:50] ¿Qué tan fácil o difícil ha sido para ti encontrar beats que se ajusten a tus necesidades? Fue una de las cosas más complicadas. En ese tiempo, o tenías un amigo productor que te ayudara, o te tocaba usar instrumentales de YouTube que ya habían sido usadas por cientos de personas. No había un punto medio para encontrar algo de calidad y original que pudieras pagar.

[04:20] ¿Has comprado instrumentales por internet? ¿Cómo fue esa experiencia?
¿Tuviste problemas con los métodos de pago? Sí, lo intenté un par de veces en páginas de afuera. El primer muro fue el pago; yo no tuve tarjeta de crédito por mucho tiempo. Cuando por fin pude, las licencias eran confusas y caras. Pagabas por un beat y no sabías si mañana te podían reclamar los derechos. Era una inseguridad constante.

[06:10] ¿Qué tipo de garantías o validaciones te harían sentir más seguro al comprar beats en línea? Contratos claros, sin duda. Saber exactamente qué derechos estás comprando: si es para uso comercial, si es exclusivo, etc. Y también poder ver que el productor es alguien real, con un historial, quizás con reseñas de otros artistas que ya le compraron.

[09:45] ¿Qué importancia le das a que el beat esté producido localmente y refleje elementos culturales de tu entorno? Es clave. Un beat con sonidos de marimba o con la clave de un pasillo en el fondo tiene un poder distinto. Te da una identidad única. Dejamos de ser una copia de lo de afuera para empezar a crear algo nuestro.

[11:00] ¿Consideras que las plataformas actuales promueven adecuadamente la música urbana hecha en Ecuador? No, para nada. Las plataformas grandes promueven lo que ya es popular. No tienen un algoritmo para descubrir talento en un país pequeño como el nuestro. Si no tienes cómo invertir miles en publicidad, eres invisible.

[12:30] Final ¿Qué tan dispuesto estarías a invertir en una plataforma nacional si te ofrece calidad, facilidad de pago y personalización? Aunque ya no estoy en la música, si viera una plataforma seria, sería el primero en apoyarla y recomendarla. Porque sé lo que se siente no tener esas herramientas. Facilitarle el camino a la nueva generación es algo necesario para que el talento de aquí no se siga perdiendo.

Entrevistado: Joffre García

Duración estimada: 11 minutos

Tema: La desconexión entre el sonido local y las herramientas disponibles

[01:25] ¿Cuánto tiempo llevas haciendo música y cómo defines tu estilo dentro del género urbano? Le di a la música unos 6 años, más o menos. Lo mío era una mezcla de reguetón con R&B, algo más melódico. Me gustaba experimentar con letras que hablaran de superación, pero con un ritmo que la gente pudiera bailar.

[02:30] ¿Qué tan fácil o difícil ha sido para ti encontrar beats que se ajusten a tus necesidades? Muy difícil. Los beats que encontraba gratis o baratos en internet sonaban todos iguales, muy genéricos, como hechos con una plantilla. Cuando quería algo con un sabor más latino, más nuestro, no encontraba nada que no fuera carísimo o de mala calidad.

[03:55] ¿Has comprado instrumentales por internet? ¿Cómo fue esa experiencia? ¿Tuviste problemas con los métodos de pago? Sí, y fue una mala experiencia. Compré un beat en una página rusa porque estaba barato. Pagué con la tarjeta de un familiar y a los dos días le clonaron la tarjeta. Nunca supe si fue por eso, pero la desconfianza me quedó para siempre. Al final, ni usé el beat.

[05:15] ¿Qué funcionalidades valoras más en una página para comprar instrumentales (previsualización, descarga inmediata, precios, etc.)? La previsualización completa es fundamental, no solo 30 segundos. También la descarga inmediata después del pago. Y lo más importante: que los precios estén claros, sin costos ocultos, y que se especifique qué tipo de licencia estás comprando.

[06:40] ¿Te gustaría poder dejar reseñas o valorar públicamente el beat que compraste? ¿Por qué? Claro que sí. Eso genera confianza para todos. Si veo que un productor tiene buenas reseñas de otros artistas locales, me siento más seguro de invertir mi plata. Y también ayuda al productor a hacerse un nombre basado en su calidad.

[07:50] ¿Te parece que una plataforma enfocada en el mercado urbano local puede ayudarte a crecer profesionalmente? Totalmente. Crearía un punto de encuentro. Podrías descubrir productores de tu propia ciudad, colaborar, hacer networking. Eso profesionaliza la escena. Dejas de ser un montón de artistas aislados y pasas a ser una industria, por más pequeña que sea.

[09:00] ¿Consideras que las plataformas actuales promueven adecuadamente la música urbana hecha en Ecuador? No, en lo absoluto. Las plataformas internacionales no tienen interés en promover un mercado tan chico como el ecuatoriano. Es una lucha injusta.

Por eso muchos terminan rindiéndose, como yo, que tuve que enfocarme en mi trabajo porque la música no me daba para vivir.

[10:10] Final ¿Qué tan dispuesto estarías a invertir en una plataforma nacional si te ofrece calidad, facilidad de pago y personalización? Si la plataforma es seria, profesional y realmente apoya al talento de aquí, invertiría sin pensarlo. Es una inversión en nuestra propia cultura y en el futuro de muchos jóvenes que tienen el talento, pero no las herramientas.

General

Entrevistado: Josué Coellar

Duración estimada: 10 minutos

Tema: La importancia de la confianza y la identidad visual en las plataformas digitales

[01:05] ¿Conoces o has usado alguna plataforma para comprar o descargar instrumentales en línea? ¿Cuál? No para comprar, pero sí conozco varias por mi carrera. He entrado a BeatStars y a Epidemic Sound para proyectos audiovisuales. Conozco la dinámica, aunque nunca he sido el comprador final de un beat para una canción.

[02:15] ¿Cuáles crees que son las principales barreras para que artistas y productores ecuatorianos se posicionen en plataformas internacionales? Primero, la barrera económica. Competir con marketing a nivel internacional es imposible. Segundo, la barrera cultural; a veces los sonidos muy locales no son entendidos globalmente si no se presentan bien. Y tercero, la falta de profesionalismo en la presentación: portadas, videoclips, perfiles. La calidad visual importa mucho.

[03:45] ¿Qué esperas encontrar cuando visitas una página de venta de beats (audio, descripción, autor, precio, etc.)? Espero una navegación clara. Un buen reproductor de audio, la información del BPM y la clave del beat, el nombre del productor con un link a su perfil, y los precios de las diferentes licencias bien detallados. Todo debe ser transparente y fácil de encontrar.

[05:00] ¿Te sentirías más cómodo usando métodos de pago locales como transferencias o billeteras digitales nacionales? ¿Por qué? Sí, definitivamente. Usar Deuna, Pichincha Mi Vecino o una transferencia directa es mucho más accesible para la mayoría de jóvenes en Ecuador que no tienen tarjeta de crédito internacional. Elimina una barrera de entrada enorme y genera confianza.

[06:20] ¿Qué importancia le das a que una página tenga una identidad visual coherente con el género urbano y latino? Como estudiante de cine, le doy toda la importancia. La identidad visual es lo primero que comunica. Si la página se ve profesional, moderna y conectada con la estética urbana, genera credibilidad instantáneamente. Si parece una página hecha en 2005, nadie va a confiar en ella para poner su dinero.

[07:40] ¿Qué tan relevante es para ti que los productores muestren su biografía o trayectoria en la plataforma? Muy relevante. Saber quién está detrás del beat crea una conexión. No es lo mismo comprarle a un "Productor777" anónimo que a "Juan Pérez de Guayaquil", con su foto, su historia y sus trabajos anteriores. Humaniza la transacción y construye una marca personal para el productor.

[09:05] Final ¿Crees que una plataforma desarrollada en Ecuador, centrada en música urbana, puede competir con las internacionales? ¿Por qué? No necesita competir a nivel global, necesita ganar a nivel local. Si se enfoca en resolver los problemas específicos del artista ecuatoriano (pagos locales, identidad cultural, comunidad), no tiene competencia. Su valor no estaría en ser más grande, sino en ser más relevante para su público objetivo.

Entrevistado: Brandon Carchi

Duración estimada: 12 minutos

Tema: La necesidad de estructuras formales y seguridad jurídica en el mercado musical digital

[01:30] ¿Conoces o has usado alguna plataforma para comprar o descargar instrumentales en línea? ¿Cuál? Sí, he curioseado en algunas por amigos que hacen música. He visto cómo funciona YouTube como un repositorio informal y algunas páginas internacionales donde todo parece muy automatizado. Nunca he comprado, pero entiendo el concepto.

[02:40] ¿Cuáles crees que son las principales barreras para que artistas y productores ecuatorianos se posicionen en plataformas internacionales? Desde una perspectiva legal y estructural, la principal barrera es la informalidad. No hay conocimiento sobre derechos de autor, licencias de uso, contratos de exclusividad. Un artista puede tener un éxito local, pero si la base (el beat) no tiene los papeles en regla, no puede llevar esa canción a un nivel más alto sin arriesgarse a una demanda.

[04:15] ¿Te sentirías más cómodo usando métodos de pago locales como transferencias o billeteras digitales nacionales? ¿Por qué? Totalmente. La comodidad es un factor, pero el más importante es la trazabilidad y la seguridad jurídica. Un pago a través del sistema financiero nacional es más fácil de rastrear y probar en caso de una disputa que un pago por plataformas internacionales donde la jurisdicción es extranjera.

[05:50] ¿Qué elementos visuales o sonoros te motivarían a confiar en un beat antes de comprarlo? Más que visuales, me motivarían elementos contractuales. Que la página te muestre un borrador del contrato de licencia antes de pagar. Que te diga claramente: "con esta licencia usted puede hacer X, Y, Z". La claridad en los términos y condiciones es la mayor señal de confianza para mí.

[07:10] ¿Te parece útil que haya una opción para contactar directamente con el productor desde la página? Sí, es fundamental. Permite la negociación de condiciones especiales, como la compra de la exclusividad total del beat, algo que un sistema automatizado no siempre permite. Facilita la colaboración y la creación de acuerdos personalizados que protejan a ambas partes.

[08:50] ¿Consideras importante que la página permita interacción entre usuarios (comentarios, puntuaciones, recomendaciones)? Sí, porque funciona como un sistema de reputación. En el derecho se habla del "buen nombre". Una buena puntuación es el equivalente digital a eso. Ayuda a construir un mercado donde la calidad y la seriedad son recompensadas, y aísla a quienes no actúan de buena fe.

[10:30] Final ¿Crees que una plataforma desarrollada en Ecuador, centrada en música urbana, puede competir con las internacionales? ¿Por qué? Puede y debe. No compite en volumen, sino en especialización. Al ofrecer seguridad jurídica bajo leyes ecuatorianas, métodos de pago locales y contratos adaptados a nuestra realidad, resuelve problemas que

las plataformas globales ignoran. Se convierte en la opción lógica y segura para el mercado nacional.

Entrevistado: Manuel Rosero

Duración estimada: 9 minutos

Tema: La perspectiva del usuario común: confianza, patriotismo y simplicidad

[01:00] ¿Conoces o has usado alguna plataforma para comprar o descargar instrumentales en línea? ¿Cuál? No, para nada. Mi mundo es bastante diferente. La música que escucho es la que suena en la radio o la que ponen mis compañeros. No tengo idea de cómo los artistas consiguen sus pistas.

[01:50] ¿Cuáles crees que son las principales barreras para que artistas y productores ecuatorianos se posicionen en plataformas internacionales? Supongo que es la falta de apoyo. Aquí en Ecuador, si no tienes un "padrino" o mucho dinero, es difícil que alguien te tome en serio. También creo que nos falta creer en lo nuestro. Siempre estamos mirando lo que hacen en Colombia o Puerto Rico y no valoramos el talento que hay aquí.

[03:00] ¿Qué esperas encontrar cuando visitas una página de venta de beats (audio, descripción, autor, precio, etc.)? Si yo entrara a una página así, esperaríamos que todo sea muy claro y directo. Que pueda escuchar la pista completa, que el precio esté bien grande y claro, y que me digan quién la hizo. No me gustan las cosas con muchas vueltas o letra pequeña.

[04:20] ¿Te sentirías más cómodo usando métodos de pago locales como transferencias o billeteras digitales nacionales? ¿Por qué? Por supuesto. Yo confío en mi banco. Hacer una transferencia desde mi aplicación es algo que hago siempre y sé que es seguro. Usar tarjetas en páginas raras de internet siempre da un poco de miedo por las estafas. Lo local siempre da más confianza.

[05:30] ¿Qué elementos visuales o sonoros te motivarían a confiar en un beat antes de comprarlo? Que suene bien, que tenga buena calidad. Y visualmente, que la página se vea ordenada y seria. Si tiene los colores de Ecuador o algo que la identifique con nuestro país, me haría sentir que estoy apoyando a la gente de aquí, y eso me gustaría.

[06:45] ¿Qué importancia le das a que una página tenga una identidad visual coherente con el género urbano y latino? Mucha. Tiene que verse como lo que vende. Si es música urbana, tiene que tener ese estilo, que se vea moderno, con energía. Si parece una página del gobierno, no llama la atención.

[07:50] Final ¿Crees que una plataforma desarrollada en Ecuador, centrada en música urbana, puede competir con las internacionales? ¿Por qué? Yo creo que sí. Porque sería hecha por ecuatorianos para ecuatorianos. Entendería lo que necesitamos, cómo pagamos y qué nos gusta. A veces no se necesita ser el más grande del mundo, sino el mejor en tu propia casa. Apoyar lo nuestro debería ser siempre la primera opción.

Anexo 4 - Evidencias de las Entrevistas

Juan Espinosa Productor:



Reunión con el productor para el desarrollo de la página además enseñándome mas a fondo lo que quiere implementar.

Yerlin Osorio Analista de datos Arca continental Ecuador



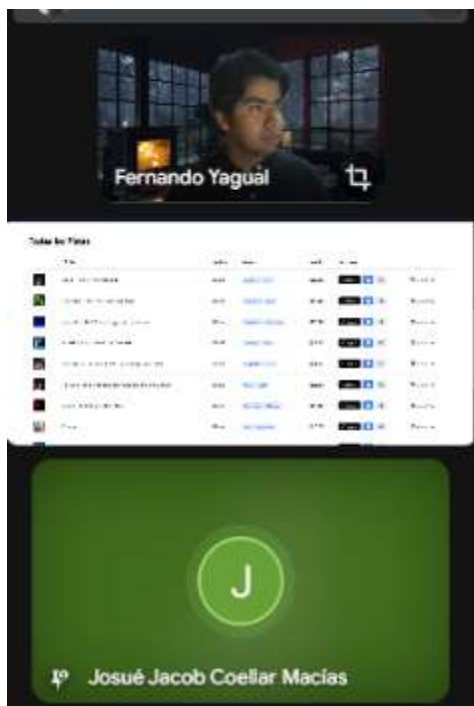
Se converso de que cosas puedo implementar para las herramientas como las encuestas y el uso de SQL server para la creación de tablas, consultas y la creación de dashboards.

Jordán Llumitaxi Analista de sistemas Arca continental Ecuador

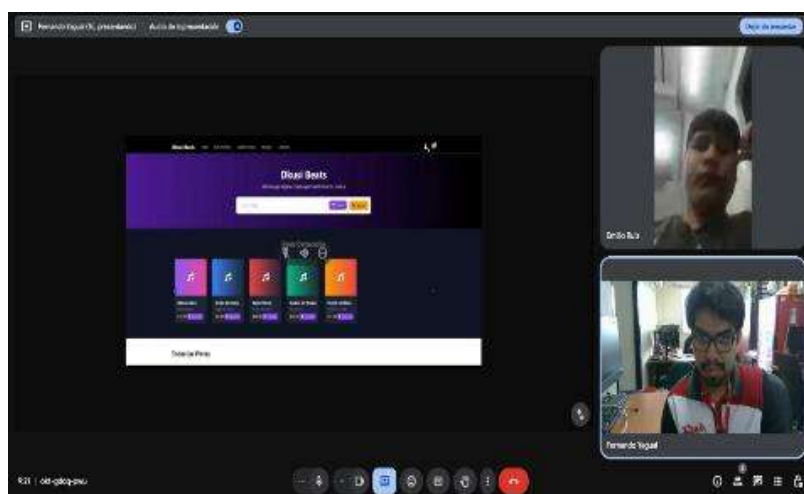


Reunión con el analista de sistemas donde me indico las herramientas que podría utilizar además de clases de como programar con las herramientas que utiliza en la empresa

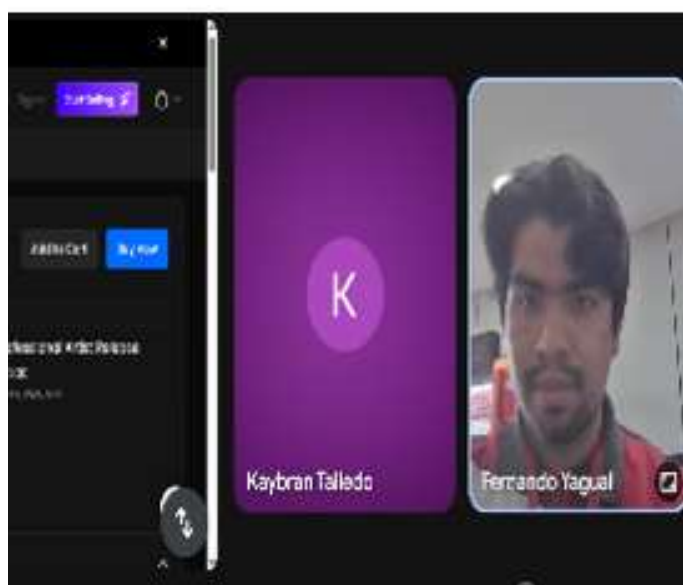
Josué Coellar Estudiante de Cine en UCSG



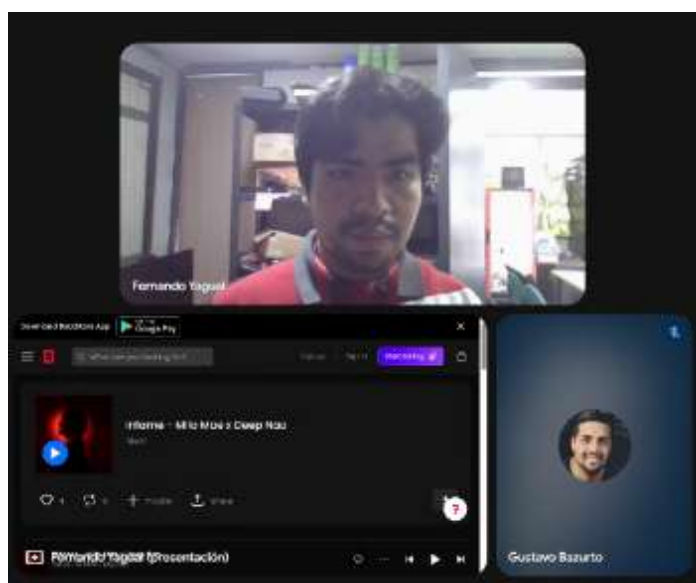
Emilio Ruiz Artista Urbano



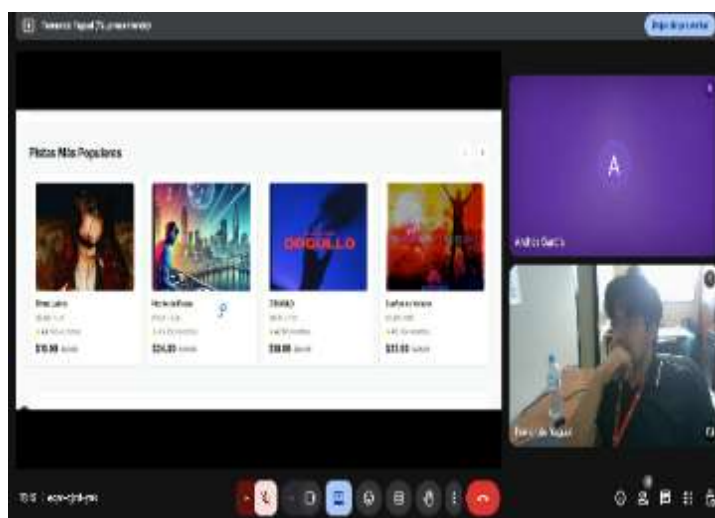
Kaybran Talledo – Artista Urbano



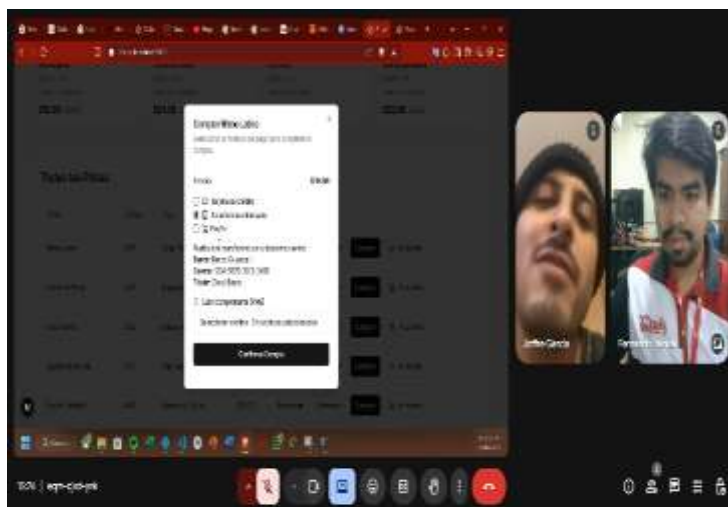
Gustavo Bazurto – Artista Urbano



Andrés García- ex artista urbano



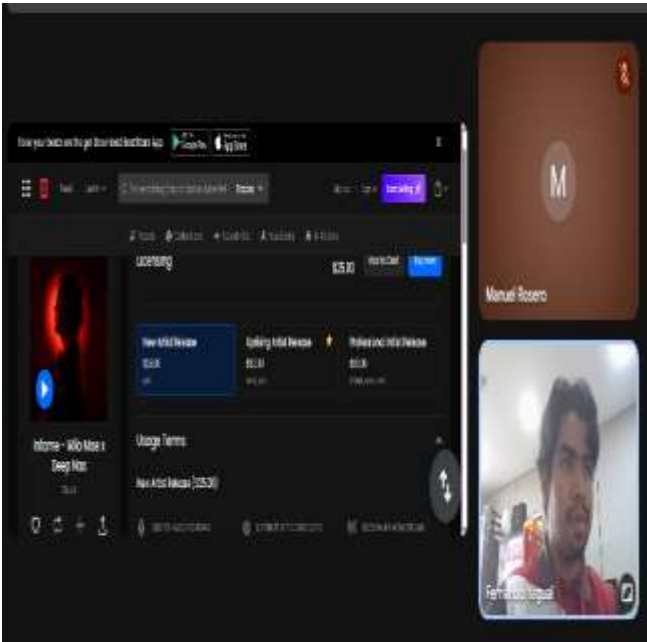
Joffre García- ex artista urbano



Brandon Carchi- Estudiante de derecho



Manuel Rosero- Cadete del tnte Hugo Ortiz



Anexo 5 - CV de expertos



CURRICULUM
OSORIO MORALES N/



C.V. LLumitaxi
Jordan.pdf

Anexo 6 - Benchmarking

objetivo analizar plataformas existentes relacionadas con la venta de pistas musicales y la promoción del género urbano, para identificar fortalezas, debilidades y oportunidades que permitan diferenciar una nueva propuesta enfocada en el mercado ecuatoriano.

Característica	Competencia		Propuesta Diferenciada
	Directa	Indirecta	
Venta de pistas musicales	Sí	No	Sí, con enfoque en género urbano.

Promoción de género urbano	No	Parcial	Sí, con secciones dedicadas.
Métodos de pago locales	No	No	Sí, transferencia bancaria y Tarjeta de credito.
Comunidad y herramientas sociales	Sí	Sí	Sí, integrando red social interna.
Enfoque en artistas ecuatorianos	No	No	Sí, apoyando el talento local.

El benchmarking muestra que ninguna plataforma existente ofrece una solución integral para el mercado ecuatoriano con un enfoque en el género urbano. Al diferenciarse mediante:

- Incorporación de métodos de pago locales.
- Enfoque en el género urbano y artistas locales.
- Funciones tanto de venta como de promoción.

Anexo 7 - Prototipo

En esta parte enseñare de cómo será la página web en las funciones de lista de músicas, el encabezado y las opciones que tendrá al momento de seleccionar la pista:

Figura 1.

En esta parte tendemos el menú de inicio donde se mostrará el logo del productor y sus pistas más populares agregando también un motor de búsqueda para que los usuarios puedan buscar la pista musical que necesitan



Figura 2.

Aquí es la tienda de la página donde se mostrará todas las músicas que tendrá la página con su respectivo título, la duración, los tags y las acciones que serán 3: descargar la música, aunque este será una versión de prueba, la opción de compartir donde compartirás la pista en las redes sociales y el método de compra donde se dividirá en 3: método de pago por tarjeta de crédito, transferencias y método de pago PayPal.

Título	Duración	Tags	Acciones		
Norte Latino	3:00	Bachata, Tropical	⬇️ Descargar	🔗 Compartir	🛒 Comprar
Noche de Fiebre	4:20	Raggaeton, Fiebre	⬇️ Descargar	🔗 Compartir	🛒 Comprar
Alegría Dura	3:30	Bachata, Romántica	⬇️ Descargar	🔗 Compartir	🛒 Comprar
Sueño de Verano	3:55	Pop, Música	⬇️ Descargar	🔗 Compartir	🛒 Comprar
Razón Caribeña	4:10	Música, Caribe	⬇️ Descargar	🔗 Compartir	🛒 Comprar
Melodía del Corazón	3:50	Bachata, Romántica	⬇️ Descargar	🔗 Compartir	🛒 Comprar
Princesa Latina	4:05	Latinos, Música	⬇️ Descargar	🔗 Compartir	🛒 Comprar
Alegría de la Playa	3:40	Tropical, Romántica	⬇️ Descargar	🔗 Compartir	🛒 Comprar

Figura 3

Estos son los métodos de pagos que se podrá realizar dentro de la página, están las opciones de tarjetas de crédito donde tendrás que llenar el formulario, el siguiente método son transferencias bancarias tendrás que enviar el comprobante y enviarlo a la página donde

se realice el pago y por último el método de pago PayPal donde serás redireccionado hacia la página de PayPal para continuar con la compra



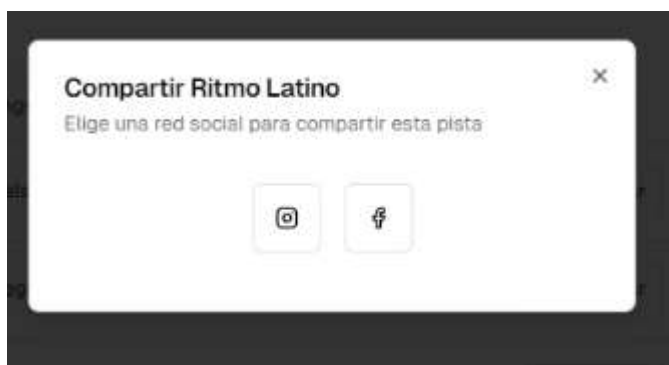
Figura 4

Es la opción de descarga, aquí nos indica que la descarga de la pista es una versión de prueba de baja calidad para que los usuarios puedan escucharla y comprobar si es lo que buscan también se la imagen de la música, las características de la misma como fue compuesta y el uso que recomienda el productor para ser utilizada.



Figura 5

En la parte de compartir el usuario podrá seleccionar la red social donde quiera compartir la música.



Anexo 8 – Pruebas funcionales

Tabla de pruebas funcionales

Nº	Funcionalidad probada	Descripción del caso de prueba	Resultado esperado	Resultado real	Estado
1	Registro de usuario	El sistema debe registrar nuevos usuarios con validación de campos obligatorios y cifrado de contraseña	Usuario registrado, redirección al login	Funciona correctamente	Completada
2	Login	Usuario ingresa sus credenciales y accede al sistema	Acceso al dashboard	Acceso exitoso	Completada
3	Carga de pista musical	El productor sube un archivo MP3 con título y descripción	Pista visible en el catálogo	Se carga correctamente	Completada
4	Navegación en catálogo	Usuario navega por las pistas disponibles	Listado por categorías y búsqueda activa	Navegación fluida	Completada

5	Simulación de compra	Usuario selecciona una pista y realiza una compra simulada	Confirmación de compra y descarga habilitada	Funciona como esperado	Completada
6	Visualización en dispositivos móviles	Visualización responsive de la interfaz	Componentes adaptados a móviles	Adaptación correcta	Completada
7	Validación de formularios	Prueba con campos vacíos o datos inválidos	Mensajes de error y bloqueos	Mensajes mostrados	Completada
8	Protección de contenido	Intento de descarga sin compra	No debe permitir acceso al archivo	Acceso denegado	Completada

Capturas

Registro funcionando

The screenshot shows a web application interface. At the top, a dark blue banner displays the text 'localhost dice' followed by two green checkmarks and the text 'Conexión exitosa a SQL Server' and 'Usuario registrado correctamente'. Below this banner is a blue button labeled 'Aceptar'. The main section has a blue background with the title 'Crear Cuenta' and the subtitle 'Únete a la comunidad de Dkusi Beats'. There are four input fields: 'Nombre' (containing 'Katty'), 'Apellido' (containing 'Arias'), 'Email' (containing 'katty@gmail.com'), and 'Contraseña' (partially visible at the bottom).

