



Maestría en

**INTELIGENCIA DE NEGOCIOS Y
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

**Trabajo de grado previa a la obtención de
título de Magíster en Inteligencia de
Negocios y Comportamiento del
Consumidor.**

AUTORES: Michelle Estefania Cuvi Mantilla, Jorge Esteban
Silva Chacón, Giovanna Isabel Nasimba Guallichico, María
Fernanda Pozo Caiza, Xavier Alejandro Loroña Avila

TUTORES: Msc. Paúl Garcés Ruales
Mgtr. José Luis Pérez Galán

**Sistema de Inteligencia de Negocios para la Activación
de Audiencias Digitales: Optimización de Campañas de
Marketing Basadas en el Comportamiento del
Consumidor en Spotify para la Disquera "Music
Enterprise" en la Ciudad de Quito–Ecuador**

RESUMEN

El presente trabajo de titulación diseña un ecosistema de Inteligencia de Negocios (Business Intelligence) orientado a incrementar la penetración local del catálogo musical de la disquera independiente Music Enterprise en el mercado ecuatoriano, con énfasis en la ciudad de Quito. El problema que aborda el presente proyecto no radica en la producción artística, sino en la gestión y el aprovechamiento de los datos, ya que la empresa genera información sobre el comportamiento del consumidor en plataformas de streaming, pero carece de una arquitectura de datos que permita integrarla, transformarla en información estratégica y generar indicadores de desempeño que apoyen la toma de decisiones.

Esta investigación se considera de tipo aplicado, con un enfoque mayormente cuantitativo y un alcance descriptivo-propositivo; se desarrolló mediante un estudio de caso único basado en una base de datos anonimizada proporcionada por la plataforma de streaming Spotify, que consta de 54 artistas, 139 canciones y 1.856 registros mensuales de desempeño correspondientes a un periodo de observación de 24 meses (2024–2025). El análisis evidenció que el Índice de Penetración Doméstica (IPD) evolucionó del primer mes, con un 3,63 %, al último, con un 7,17 %, con un valor agregado de 5,32 %, lo que representa un crecimiento orgánico sin gestión deliberada. Entre las ciudades del Ecuador, Quito concentra el 67,24 %. Sobre esta evidencia se diseñó un ecosistema de BI organizado en cinco capas funcionales, sustentado en un proceso ETL, un modelo dimensional en esquema estrella ampliado, un framework de indicadores con reglas de decisión automatizadas y proyecciones de analítica predictiva.

Palabras clave: inteligencia de negocios, índice de penetración doméstica, comportamiento del consumidor, streaming musical, disquera independiente, modelo dimensional, marketing analítico, gobernanza de datos, analítica predictiva, Data Warehouse, Quito.

Abstract

This thesis designs a Business Intelligence ecosystem aimed at increasing the local penetration of the independent record label Music Enterprise's music catalog in the Ecuadorian market, with an emphasis on the city of Quito. The problem addressed by this project does not lie in artistic production, but rather in the management and utilization of data, since the company generates information on consumer behavior on streaming platforms but lacks a data architecture that would allow it to integrate this data, transform it into strategic information, and generate performance indicators to support decision-making.

This research is considered applied in nature, with a predominantly quantitative approach and a descriptive-propositional scope; It was conducted as a single-case study based on an anonymized database provided by the streaming platform Spotify, consisting of 54 artists, 139 songs, and 1,856 monthly performance records corresponding to a 24-month observation period (2024–2025). The analysis showed that the Domestic Penetration Index (DPI) evolved from 3.63% in the first month to 7.17% in the last month, with an increase of 5.32%, representing organic growth without deliberate management. Among Ecuador's cities, Quito accounts for 67.24%. Based on this evidence, a BI ecosystem was designed, organized into five functional layers and supported by an ETL process, an expanded star schema dimensional model, an indicator framework with automated decision rules, and predictive analytics projections.

Keywords: business intelligence, domestic penetration index, consumer behavior, music streaming, independent record label, dimensional model, marketing analytics, data governance, predictive analytics, data warehouse, Quito.
