



UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
Departamento de Ingeniería Comercial

IMPACTO DE LA RED SOCIAL TIKTOK EN EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LOS ARTISTAS URBANOS CHILENOS

Cinthy Michelle Astudillo Flores
INGENIERÍA COMERCIAL
Noviembre 2023

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
Departamento de Ingeniería Comercial

**IMPACTO DE LA RED SOCIAL TIKTOK EN EL
CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LOS ARTISTAS
URBANOS CHILENOS**

Tesis presentada por

Cinthya Michelle Astudillo Flores

Como requisito para optar al Título de

INGENIERO COMERCIAL

Director de Tesis: **Dr. Patricio Rubio Romero**
Noviembre 2023

TITULO DE TESIS:

“Impacto de la red social TikTok en el crecimiento y desarrollo de los artistas urbanos chilenos”

AUTOR:

CINTHYA MICHELLE ASTUDILLO FLORES

TRABAJO DE TESIS, presentando en cumplimiento parcial de los requisitos para el Título de Ingeniero Comercial de la Universidad Técnica Federico Santa María.

Observaciones:

Dr. Patricio Rubio Romero.

Profesor Guía

Mg. Andrea Urrutia Mundaca

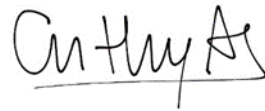
Profesora Correferente Interna

Valparaíso, noviembre 2023

Todo el contenido, análisis, conclusiones y opiniones vertidas en este estudio son de mi exclusiva responsabilidad.

Nombre: Cinthya Michelle Astudillo Flores

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Cinthya A.', is written over a horizontal line. The signature is positioned to the right of the word 'Firma:'. The background of the signature area is a light gray grid.

Fecha: 28 de diciembre de 2023

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría agradecer a todos aquellos que fueron parte de mi formación como profesional durante estos cinco años.

En primer lugar, gracias a mi familia por confiar en mis capacidades y apoyarme incondicionalmente en el transcurso de este proyecto personal.

Gracias a las amistades que surgieron a lo largo de la carrera, por apoyarnos y ayudarnos a hacer una estadía universitaria mucho más grata.

Agradecer también a cada uno de los profesionales que me impartieron clases y entregaron diversos tipos de conocimientos que sin duda fueron clave en mi formación como futura Ingeniera Comercial.

Quiero agradecer al docente Patricio Rubio Romero por guiarme en la elaboración de este trabajo y por su paciencia durante todo el proceso.

Y, por último, pero no menos importante, gracias Universidad Técnica Federico Santa María por cada momento y experiencia entregada.

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio pretende investigar la emergente y exitosa red social denominada TikTok en conjunto a uno de los géneros musicales que está liderando en las plataformas de reproducción musical tanto a nivel nacional como internacional, el cual se conoce como Género Urbano Chileno.

La investigación busca entender ambas variables tanto de manera individual como el vínculo que presentan, esto con el fin de evidenciar si hay algún tipo de relación, impacto o influencia de la una en la otra, ya sea beneficiosa o, por el contrario, perjudicial para una o ambas partes.

Cabe destacar que dentro de este último tiempo TikTok no solo se ha utilizado como un medio para distraerse y disfrutar de contenido entretenido, sino que ha ejercido como método de promoción de marcas, por ende, el trabajo consiste en averiguar si ha sido significativa aquella nueva función de TikTok en el crecimiento, desarrollo y visibilidad de los artistas urbanos chilenos.

Para ello, se llevan a cabo dos análisis a lo largo del trabajo. En primer lugar, un análisis estadístico a través de los resultados arrojados en una encuesta de elaboración propia; y luego, se realiza un análisis cualitativo del tipo comparativo entre el escenario previo a la investigación con los resultados propios de este estudio, generando con ambos análisis la información suficiente para concluir sobre el tema abordado.

ABSTRACT

The study aims to investigate the emerging and successful social network called TikTok in conjunction with one of the musical genres that is leading in music reproduction platforms both nationally and internationally, which is known as Chilean Urban Genre.

The research seeks to understand both variables individually and the link they present, in order to show if there is any kind of relationship, impact or influence of one on the other, either beneficial or, on the contrary, detrimental to one or both parties.

It should be noted that in recent times TikTok has not only been used as a means to distract and enjoy entertaining content, but has also been used as a method of brand promotion, therefore, the work is to find out if this new function of TikTok has been significant in the growth, development and visibility of Chilean urban artists.

To this end, two analyses are carried out throughout the work. First, a statistical analysis through the results of a survey of our own elaboration; and then, a qualitative analysis of the comparative type between the scenario prior to the research with the results of this study, generating with both analyses enough information to conclude on the topic addressed.

ÍNDICE

	páginas
1. Introducción	14
2. Origen y propósito del estudio	16
2.1 Factibilidad del estudio según validación SMART	18
3. Objetivos	21
3.1 Objetivo General	21
3.2 Objetivos Específicos	21
4. Alcance del estudio	23
4.1 Límites del estudio	23
4.2 Alcance científico	24
5. Estado del Arte	26
5.1 Antecedentes del Estado del Arte	26
5.1.1 Estado actual sobre la investigación entre TikTok y el Género Urbano Chileno	30
5.1.2 Tendencias de la investigación	32
5.1.3 Conceptos y Términos Claves	32
5.1.4 Modelos o pautas de estudios similares	36
5.1.5 Sistematización del Estado del Arte	36
5.2 Sujeto de Estudio	39
5.3 Marco Teórico	42
6. Propuesta de la Metodología de Trabajo	44
6.1 Presentación fases de la investigación	44

6.2 Orientación temporal del estudio	48
7. Aplicación Metodológica	49
7.1 Análisis estadístico	49
7.1.1 Propuesta de encuesta	49
7.1.2 Selección de muestra	53
7.1.3 Aplicación encuesta	55
7.2 Resultados parciales	57
7.3 Análisis cualitativo	66
8. Resultados	71
8.1 Resultados TikTok	71
8.2 Resultados genero urbano chileno	72
8.3 Resultados impacto de TikTok en el desarrollo y crecimiento de los artistas urbanos chilenos	72
8.4 Comparación escenario antes y después de la investigación	72
9. Conclusiones	74
9.1 Conclusiones de los análisis	74
9.2 Conclusiones a partir de los objetivos	75
9.3 Resolución al tema de investigación	77
10. Recomendaciones Aplicadas	78
11. Citas bibliográficas	79
12. Bibliografía y Webgrafía	82
13. Anexos	87
ANEXO 1: Fichas bibliográficas	87

ANEXO 2: Mapa mental del tema de estudio	121
ANEXO 3: Modelo oficial de encuesta	122
14. Acrónimos	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Review Bibliográfico	26
Tabla N°2: Ideas relacionadas a Redes Sociales, TikTok y Promoción	37
Tabla N°3: Ideas relacionadas a la Música y Artistas Urbanos Chilenos	37
Tabla N°4: Cantidad de respuestas en lecturas de TikTok	38
Tabla N°5: Cantidad de respuestas en lecturas del género urbano	39
Tabla N°6: Flujo temporal de las diferentes fases de la investigación	48
Tabla N°7: Principales factores de búsqueda por considerar en el diseño de la encuesta	50
Tabla N°8: Total estudiantes USM Casa Central 2023	55
Tabla N°9: Resumen resultados parciales	64
Tabla N°10: Comparación entre información previa y resultados parciales encuesta	67

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Segmentación por estado de alumno regular en USM Casa Central	57
Gráfico N°2: Segmentación por género	57
Gráfico N°3: Segmentación por rango etario	58
Gráfico N°4: Uso de red social TikTok	58
Gráfico N°5: Tiempo diario de uso de TikTok	59
Gráfico N°6: Top 3 redes sociales más usadas	59
Gráfico N°7: TikTok como método de promoción	60
Gráfico N°8: Consumo música género urbano chileno	60
Gráfico N°9: Frecuencia de escucha música urbana chilena	61
Gráfico N°10: Conocimiento de artistas urbanos chilenos	61
Gráfico N°11: Top 3 artistas preferidos	62
Gráfico N°12: TikTok como fuente de descubrimiento musical	62
Gráfico N°13: TikTok como fuente de música nueva y en tendencia	63
Gráfico N°14: TikTok como impulsor del crecimiento de artistas urbanos chilenos	63
Gráfico N°15: Redes sociales con mayor contenido del género urbano chileno	64

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y FOTOGRAFÍAS

Ilustración N°1: Mapa mental del tema de estudio	41
Ilustración N°2: Texto difusión de encuesta	55
Ilustración N°3: Código QR encuesta	55
Ilustración N°4: Objetivo general de la investigación	75

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la música se ha vuelto un factor clave en el diario vivir de las personas, siendo de utilidad para distraerse, des estresarse o pasar un buen momento, esto en diversas edades reproduciendo variados géneros musicales.

Ahora bien, dentro de este último tiempo en Chile, un género musical en específico se ha masificado y cautivado al público chileno, el cual se conoce como género urbano chileno.

Este género a medida que transcurre el tiempo ha desencadenado el surgimiento de diversos representantes que con su toque personal han llamado la atención de los chilenos y de otros países de una manera bastante rápida, logrando su apogeo actual de una manera un tanto inesperada y veloz en comparación a otros géneros musicales propios del país.

A su vez, son variadas las plataformas, aplicaciones y redes sociales que surgen con los diversos avances tecnológicos y que rápidamente logran elevados números de usuarios o suscriptores, ofreciendo una gran diversidad de contenidos que atrapan a las personas. Una de ellas es la que se denomina como TikTok.

Esta red social se ha vuelto una de las favoritas del público, no sólo llegando al punto de entretener a sus usuarios, sino que abriendo la posibilidad a las marcas de promocionarse y darse mayor visibilidad.

Es ahí donde surge el tema de investigación, que busca averiguar si TikTok y el género urbano poseen algún tipo de vínculo que impacte en el desarrollo y crecimiento de los artistas, ya sea positiva o negativamente.

Por ende, llevar a cabo esta investigación es de utilidad para entender como a medida que transcurre el tiempo y surgen nuevos avances tecnológicos, ya sea, aplicaciones, plataformas, inteligencias artificiales, entre muchos otros; abre el paso a probar nuevos métodos de marketing y promoción de marcas, que permite reemplazar o ir modificando las tácticas tradicionales poco efectivas de esta rama de la Ingeniería Comercial.

Para ello, se llevan a cabo una serie de etapas que le darán forma al estudio, partiendo por la revisión de antecedentes bibliográficos para conseguir formar una base teórica del tema abordado.

Luego se plantea la propuesta metodológica, la que presenta los pasos a seguir a lo largo del trabajo, planteando los métodos específicos a utilizar.

Continuando con la aplicación de la metodología la cual implementará los análisis previamente planteados en la propuesta y que además dará origen a los resultados parciales.

Tras haber aplicado la metodología específica del estudio, se abre paso a los resultados finales de la investigación, los cuales se analizan para permitir el paso a una nueva etapa.

Finalmente, gracias a los resultados obtenidos, se generan las conclusiones de la investigación junto a las recomendaciones tanto de carácter profesional, personal como de aplicación.

2. ORIGEN Y PROPÓSITO DEL ESTUDIO

Actualmente, cada vez son más las personas interesadas en diversos géneros musicales originados a lo largo de todo el mundo, cada uno de estos individuos con motivos en particular, ya sea distraerse, entretenerse o hacer más grato su diario vivir. A nivel nacional, desde hace mucho tiempo atrás han surgido variados artistas locales en busca de dar a conocer su imagen y su trabajo. En la actualidad, un género musical específico ha logrado masificarse y expresar su música en lugares inimaginables, el cual se conoce como género musical urbano. La inesperada entrada mundial de cantantes urbanos chilenos se asocia a las redes sociales y la masificación de contenidos mediante ellas, específicamente a una emergente red social denominada TikTok, la cual ofrece una amplia variedad de contenidos los que al contar con la posibilidad de utilizar canciones en cada video, permitió el éxito de muchos artistas chilenos, es por ello que se realiza este estudio, para aprender más al respecto de cómo las redes sociales y tecnologías pueden influir e impactar en el desarrollo y crecimiento de diversas industrias.

Considerando que TikTok se caracteriza por ser una plataforma relativamente nueva en comparación a otras redes sociales y su impacto en la industria musical es un tema emergente que aún no ha sido profundamente explorado ni analizado en el contexto de la industria musical chilena, es ahí donde radica la originalidad del tema. Al establecer como foco la música urbana chilena, la cual ha sido significativa en Chile y el mundo, se aleja de las investigaciones actuales de música que se centran en géneros más tradicionales. A su vez, al explorar cómo TikTok está moldeando la industria musical urbana en Chile involucra considerar aspectos como cambios en el comportamiento del consumidor, estrategias de promoción de los artistas y las diversas interacciones generadas entre la audiencia y los creadores de música, por lo que el tema se vuelve aún más específico y original.

A nivel personal, vinculo el tema con mis gustos y preferencias ya que la plataforma TikTok es una de las redes sociales con las que convivo a diario, además de presentar un alto consumo en la reproducción de música. Es de mi interés la música urbana del país y cómo esta influye en los individuos a nivel emocional y cultural.

Además, presento interés en las tendencias emergentes como lo son TikTok y este género musical, junto a comprender cómo impactan las nuevas tecnologías en diferentes industrias, por lo que la investigación podría satisfacer mi curiosidad intelectual. Ahora bien, en el aspecto profesional considero relevante entender cómo las plataformas de redes sociales influyen en las estrategias de marketing y promoción de las empresas, marcas y/o artistas. A su vez, una investigación de esta índole puede brindar valiosa experiencia práctica y un conocimiento profundo sobre las plataformas digitales y su impacto.

Al haber una significativa disponibilidad de datos, gracias al hecho de que TikTok es una plataforma en línea que ofrece gran parte de la actividad y datos generados por los usuarios, facilita la recopilación de información para analizar, lo que hace posible lograr el objetivo de investigación. Por otro lado, al haber elegido el tema sugiere un interés personal y motivación, lo que es esencial para el éxito de cualquier proyecto de investigación, por ende, se espera que sea una interesante, grata y exhaustiva investigación por mi parte. Además, al haber diversas metodologías establecidas de estudios y análisis de datos, se pueden aplicar las que se consideren más aptas para la investigación y facilitar el desarrollo del estudio. Por último, al contar de manera general con acceso a datos, herramientas de análisis, apoyo de un docente experto en el área, una rigurosa planificación, alto compromiso y motivación, hace que el objetivo sea posible y factible.

Al analizar cómo una red social ha influido en el crecimiento y desarrollo de una determinada industria, evidenciando un antes y después, se vincula directamente con aspectos económicos como análisis de mercado, una de las múltiples ramas abarcadas en Ingeniería Comercial. A su vez, se relaciona con el área de marketing y promoción, esto debido a que al vincular TikTok y el crecimiento de artistas urbanos locales se involucra directamente con conceptos tales como posicionamiento y estrategias de promoción, los cuales son propios de marketing y las gestiones que requiere esta área. Además, se vincula con el área de gestión estratégica, la cual se centrará en tomar la mayor cantidad de decisiones que

repercutan positivamente en la imagen y desempeño del artista chileno, aspirando a conseguir cierta diferenciación del cantante en comparación con los otros.

El estudio será útil para resolver problemas como entender las implicancias que tienen las nuevas tecnologías en las diversas industrias chilenas, en este caso específicamente las redes sociales en la música urbana. La investigación abrirá la posibilidad de explorar, entender e implementar nuevas estrategias de promoción y distribución para llegar con mayor facilidad y rapidez al público. El tema de tesis también será de utilidad para identificar el rol del consumidor en el éxito musical a nivel nacional y cómo el comportamiento y preferencias de los consumidores se ve afectado por otros factores tales como tecnologías, redes sociales, tendencias emergentes, entre otros. Además, el tema planteado servirá para entender el éxito de aquellos artistas que se acogen a las tendencias emergentes para sacar provecho de estas y cómo aquellos que mantienen ciertas estrategias antiguas se ven estancados. Por otro lado, el análisis permitirá contribuir a futuras investigaciones y debates en el campo de la música, tecnología y economía.

2.1 Factibilidad del estudio según validación SMART

Este estudio es factible debido a que al aplicar el análisis SMART presentado a continuación, se logra determinar que el tema de tesis abordado cumple con ser específico, medible, alcanzable, relevante y capaz de realizar en el tiempo acotado a lo actual.

Al enfocarse en un área muy concreta, la interacción entre una de las muchas redes sociales emergentes conocida como TikTok y la música en un contexto específico que sería el género urbano en Chile, aspirando a entender cómo esta interacción influye en el desarrollo y crecimiento de los diversos artistas locales del género urbano, es ahí donde radica lo específico del tema a abordar en la investigación. El tema propone analizar en concreto cómo la plataforma influye en la promoción, distribución y consumo de música urbana chilena, identificando los cambios y tendencias que han surgido desde la adopción de TikTok en el país. A su vez, el tema puede explorar aspectos como la interacción entre los artistas y audiencia, la

influencia de los “trends” virales de TikTok en los éxitos musicales, el uso de TikTok como nueva estrategia para crecer y captar mayor público, entre otros factores.

Considerando la amplia disponibilidad de datos e información actualizada, la medición del impacto del tema se puede llevar a cabo a través de diversas métricas cuantificables obtenidas de TikTok, como evaluar el aumento en la cantidad de artistas urbanos chilenos presentes en la red social, el incremento en la visibilidad de los artistas locales, el aumento en las visualizaciones, comentarios y compartidos de los contenidos propios de los cantantes chilenos, el incremento en la participación e interacción de los usuarios, el aumento en los seguidores de los cantantes chilenos, y el impacto en las ventas y reproducciones. A su vez, se puede analizar la conexión entre la actividad de TikTok y el aumento de reproducciones de música en plataformas tales como Spotify y YouTube. Por último, a través de encuestas se puede recopilar mayor información sobre las preferencias de los usuarios que utilizan TikTok y que escuchan música del género urbano, para averiguar si efectivamente se dejan influenciar por aquella red social en sus gustos musicales y preferencias hacia artistas.

Al tratarse de un tema actual compuesto por la red social TikTok y por plataformas de música masificadas vigentes, se puede recopilar información actualizada y continuamente surgir más datos útiles para la investigación, por ende, se vuelve bastante alcanzable el objetivo de investigación. Esta red social se caracteriza por brindar información estadística sobre cada contenido publicado por un determinado usuario, tales como el número de visualizaciones, de me gusta, de comentarios, de compartidos, de seguidores, de publicaciones, entre otros. Además, plataformas de música tales como YouTube también ofrecen con facilidad este tipo de información, por ende, al tener la facilidad de adquirir ciertos datos se pueden recopilar, para posteriormente realizar un exhaustivo análisis, comparaciones entre los diversos datos y posteriormente conclusiones que confirmen y contribuyan al tema de tesis planteado inicialmente.

En la actualidad al haber un alto uso de las redes sociales de manera general y un significativo consumo de música, se ha generado que redes sociales como TikTok

sean clave al momento de promocionar música y darle visibilidad a los artistas emergentes o aquellos ya establecidos, volviendo bastante relevante el tema a abordar. Dicha situación hace que se generen significativas oportunidades, en este caso para los cantantes chilenos de música urbana, permitiendo que cada vez surjan más artistas y que logren éxito y apoyo del público mediante las diversas aplicaciones y plataformas. Además, la industria musical de manera general se caracteriza por brindar a la sociedad chilena entretenimiento e impacta significativamente en los estados anímicos de cada persona. A su vez, la industria de la música ofrece diversos empleos a los aficionados del área e impacta en el mercado positivamente al requerir de proveedores de diversos aspectos. Se suele vincular también la música con la cultura, ya que los variados estilos musicales arman, modifican y nutren de diversas formas la cultura de cada sociedad.

Por último, en cuanto al tiempo acotado para el estudio, en un período de 4 meses para realizar la investigación será suficiente para recopilar datos sólidos, realizar exhaustivos análisis y presentar evidencias necesarias para confirmar lo planteado, esto debido a que al tratarse de un tema actual hay información reciente y actualizada sobre los datos cualitativos y cuantitativos. Además, producto de la masificación de la red social TikTok y lo conocida que se ha vuelto, habrá al alcance datos e información necesaria para redactar la tesis y generar conclusiones sobre el tema abordado. A su vez, al realizar encuestas las cuales se caracterizan por tardar en obtener al público objetivo y que generen sus respuestas, el tiempo a considerar no será tan significativo ya que en la universidad hay un gran número de aficionados a la red social TikTok y al género urbano chileno, por ende, será más rápido el proceso de extracción de información sobre las preferencias e influencias en los consumidores de este tipo de estilo musical.

3. OBJETIVOS

A continuación, se presenta un objetivo general y una serie de objetivos específicos para llevar a cabo el desarrollo de la tesis de estudio.

3.1 Objetivo general

Investigar cómo la red social TikTok influye en el crecimiento y desarrollo de los cantantes urbanos chilenos, abarcando los 10 artistas más escuchados en el país desde el año 2015 hasta inicios del 2023, mediante análisis cualitativos, estadísticos y encuestas, con el fin de entender cómo plataformas y tecnologías emergentes sirven como métodos de promoción de marcas.

3.2 Objetivos específicos

Antecedentes del Estado del Arte

1. Identificar y revisar los diversos referentes bibliográficos sobre TikTok y los cantantes urbanos chilenos.
2. Obtener datos generados por TikTok, Spotify y YouTube para analizar la red social y las variaciones en reproducciones de los artistas urbanos chilenos.

Descripción y o caracterización del sujeto de estudio

3. Plantear y ordenar las principales características de la red social TikTok y los 10 cantantes urbanos chilenos más escuchados en el país.

Marco teórico del Estado del Arte

4. Establecer un marco teórico de acuerdo a los objetivos presentados en el Estado del Arte y en la Caracterización del Sujeto.

Propuesta de la Metodología específica de trabajo

5. Diseñar una encuesta para entender la influencia de las redes sociales en las preferencias musicales de individuos.

6. Aplicar la encuesta a usuarios de TikTok y que escuchen música chilena del género urbano dentro de la USM Casa Central.
7. Recopilar y analizar todos los resultados obtenidos de la encuesta previamente mencionada para realizar análisis estadístico.
8. Seleccionar los datos cualitativos más relevantes obtenidos anteriormente en antecedentes del Estado del Arte, para analizarlos en profundidad en un análisis cualitativo.

Aplicación Metodología

9. Desarrollar todos los pasos previstos en la propuesta de metodología específica, estableciendo los primeros resultados parciales.

Resultados

10. Generar los grandes resultados de la investigación a partir de la síntesis de resultados parciales obtenidos previamente.

Conclusiones y Recomendaciones

11. Concluir en base al aporte de resultados obtenidos sobre el impacto de la red social TikTok en el crecimiento y desarrollo de la industria musical urbana chilena.
12. Recomendar en base a lo aprendido sobre el proceso de investigación y las metodologías aplicadas, desde un punto de vista profesional, de aplicación y personal.

4. ALCANCE DEL ESTUDIO

A continuación, se presentan los alcances y límites del estudio, mostrando en detalle ciertas especificaciones a tratar durante el desarrollo de la investigación.

4.1 Límites del estudio

A nivel nacional cada vez se masifica más el uso de tecnologías, internet y redes sociales, donde con una población equivalente a 19,62 millones de habitantes chilenos hasta inicios del 2023 se registró un 90,2% de usuarios que afirman usar internet y un 84,4% activos en redes sociales igual a 16,55 millones de usuarios ^[1] (Warketing, 2023). Si bien en Chile se usan variadas redes sociales, el foco de la investigación apunta específicamente a TikTok, la cual actualmente se encuentra en el Top 3 de redes sociales más utilizadas en Chile, con un total de 11,25 millones de usuarios ^[2] (Comunidad Empresas Entel, 2023), quedando por debajo de YouTube y Facebook respectivamente.

Considerando que la llegada de TikTok a Chile fue en septiembre del 2016 y entendiendo que el foco de la investigación se centra en establecer un antes y después de la llegada de TikTok en cuanto al éxito de los cantantes urbanos chilenos, el periodo de tiempo a considerar por la investigación abarcará desde el año 2015 hasta inicios del 2023.

Investigar cómo las diversas tecnologías, plataformas y redes sociales emergentes influyen en la promoción, visualización y percepción de una determinada marca, empresa o artista en este caso, es clave para cualquier industria y el desarrollo de esta, debido a que así se pueden establecer nuevos métodos para conseguir el apogeo esperado y mantenerlo en el tiempo, e ir descartando aquellos que no están siendo eficaces. Según estudios, la promoción es uno de los métodos más efectivos para posicionarse en la mente del consumidor ^[3] (Grupo Bit, 2023), por ende, es relevante entender cómo una relativamente nueva red social como TikTok influye en mercados como la música urbana chilena, en sus tácticas de promoción, en la visibilidad de los artistas chilenos y en las repercusiones de su desarrollo y crecimiento.

Si bien el tema a investigar presenta diversas variables tales como las distintas categorías de contenidos ofrecidas por TikTok, cada uno de los representantes del género urbano chileno y las diversas plataformas que ofrecen música de todo tipo. Sin embargo, el contenido a considerar de TikTok se limitará a aquel contenido relacionado a publicaciones, seguidores, interacciones y canciones propias de los artistas abarcados. A su vez, cada vez son más los artistas chilenos que se incorporan al género urbano, el cual ha tenido resultados positivos para la industria musical chilena, siendo el 40% del Top 50 de Chile en Spotify ^[4] (La Tercera, 2022) ocupado por representantes chilenos del género musical urbano hasta finales del año 2022, generando un impacto significativo para el escenario de la industria musical chilena, creciendo en 2022 un 67% ^[5] (Morales, F. y Jalil, G. 2023) en comparación al año anterior, según cifras de Spotify. Cabe recalcar que, debido al amplio número de artistas nacionales urbanos, solamente serán considerados aquellos 10 representantes urbanos más escuchados según resultados estadísticos ^[6] (CNN Chile, 2023) los cuales se identifican como: Cris Mj, Pailita, Standly, Marcianeke, El Jordan 23, Polimá Westcoast, Young Cister, Ak4:20, Juliano Sossa y Nickoog Clk. Por último, en relación a las plataformas que ofrecen contenido musical, solamente serán consideradas Spotify y YouTube para la obtención de datos y análisis estadísticos.

4.2 Alcance científico

Al tratarse de un estudio que vincula dos aspectos principales, por un lado, la red social TikTok y su impacto e influencia en mercados y preferencias de los consumidores, y, por otro lado, el significativo éxito de los artistas locales del género urbano chileno, la investigación se caracteriza por ser un análisis principalmente de carácter correlacional, debido a que estudiará la relación entre ambas variables mencionadas y cómo de alguna forma generan algún tipo de influencia y efecto entre ellas.

No obstante, al ser la red social TikTok relativamente emergente en comparación a las ya establecidas y al tratar sobre la industria musical urbana y los artistas más destacados en la actualidad, que son jóvenes en su mayoría, el estudio también

posee una parte de exploratorio, ya que el tema por abordar y las variables involucradas son nuevas y no abordadas en profundidad actualmente, por ende, no hay muchos estudios específicos y profundos sobre la investigación.

Por último, y en menor grado, la investigación se torna por ser del tipo descriptiva, ya que, al abordar las dos variables previamente descritas, para entender en mayor profundidad cómo influyen la una con la otra, se debe definir a fondo cada una por separado y caracterizarlas, esto con el fin de realizar un exhaustivo análisis y estudio detallado.

5. ESTADO DEL ARTE

El siguiente apartado se llevó a cabo mediante la recopilación de diversas fuentes bibliográficas relacionadas al tema de estudio, con el fin de sentar una base sobre la presente investigación y ser capaces de entender conceptos básicos, ver el grado de estudio que presenta el tema y recopilar información actual sobre lo abordado.

5.1 Antecedentes del Estado del Arte

En la revisión del Estado del Arte, se efectuaron lecturas de carácter fundamental, específicas y complementarias; entendiéndose como fundamentales aquellos artículos que entregaban información directa sobre la relación entre las variables analizadas además de presentar un alto desarrollo estadístico; específicas aquellas que brindaban información de utilidad para definir en profundidad una de las variables tratadas; y por último, las complementarias aportan detalles que añadir con respecto a alguna de las variables u otro factor que tenga algún tipo de relación con la investigación planteada.

Se revisaron un total de 40 lecturas, distribuidas en las categorías anteriormente mencionadas, siendo un total de 7 lecturas fundamentales, capaces de entregar información estadística en detalle sobre la relación de TikTok con el Género Musical Urbano en Chile o solamente sobre la red social TikTok. En cuanto a las lecturas específicas, se contabilizan 14 fuentes bibliográficas, las cuales fueron de utilidad para definir en detalle una de las variables, ya sea TikTok o la Industria Musical Urbana. Por último, se registraron 19 fichas de carácter complementario, las que, si bien no fueron capaces de entregar información en detalle, no obstante, brindan ciertos datos que son relevantes y útiles.

Tabla N°1: Review Bibliográfico.

Referencias bibliográficas	Descriptor de la lectura	Clasificación
Monitor Latino, 2023	Aborda cómo TikTok impacta en la música y en la promoción de los artistas y sus canciones.	Fundamental.

Comunidad Entel, 2023	Empresas	Entrega información estadística sobre el uso de redes sociales en Chile.	Fundamental.
		Explica cómo TikTok funciona como herramienta de marketing digital y entrega recomendaciones para generar una campaña.	Fundamental.
	Cerem Comunicación, 2022		
		Muestra el impacto generado por TikTok sobre diversas industrias mundiales en el año 2020, considerándola como una amenaza.	Fundamental.
	Whateley, D. 2020		
		Entrega variada información del tipo estadística sobre TikTok, abarcando puntos clave de esta red social.	Fundamental.
	Kolsquare, 2023		
		Brinda información del tipo estadística y cualitativa en detalle sobre TikTok, además de entregar datos curiosos de la plataforma.	Fundamental.
	Woolf, M. 2023		
		Muestra como TikTok ha sido un factor clave para dar visibilidad a los artistas, además de ser impulsor en el surgimiento de nuevos exponentes.	Fundamental.
	TikTok, 2021		
		Trata el éxito de la industria musical urbana en Chile y como nuestro país pasa a ser protagonista en este género musical.	Específica.
	La Tercera, 2022		
		Define el escenario actual de la industria musical urbana en Chile y muestra parte de la historia musical chilena.	Específica.
	Morales, F. y Jalil, G. 2023		
		Nombra los artistas urbanos chilenos más escuchados en el año 2022 en Chile mediante la plataforma Spotify.	Específica.
	CNN Chile, 2022		
		Define la red social TikTok y entrega información general sobre ella.	Específica.
	Fernández, Y. 2021		

Angelo, W. 2023	Evidencia el significativo impacto que ha generado TikTok en la sociedad, nombrando una serie de puntos relevantes.	Específica.
Bastero, M. 2023	Describe la red social TikTok y muestra sus características, origen, historia y su escenario actual.	Específica.
Puroperiodismo, 2022	Define el escenario urbano en Chile hacia el año 2022, viéndolo como un movimiento.	Específica.
Mena, M. 2022	Muestra de manera acotada el avance de TikTok entre los años 2018 y 2022.	Específica.
Redaction Team, 2023	Evidencia el lado positivo y negativo de la red social TikTok, a través de 12 ventajas y desventajas.	Específica.
Peca y Reza, -	Define qué se entiende por Reggaetón, cuenta su historia y menciona razones a favor y en contra de este género.	Específica.
Contreras, E. 2022	Recopila el contenido más escuchado en Spotify a nivel global y nacional.	Específica.
Statista Research Department, 2021	Entrega el número de usuarios presentes en TikTok desde el año 2017, mostrando una proyección hacia el año 2025.	Específica.
Fernandez, R. 2022	Muestra el tipo de contenido preferido por los usuarios de TikTok y cuáles suelen compartir con sus conocidos en 2020.	Específica.
24 Horas, 2023	Evidencia el aspecto negativo del uso de TikTok principalmente en jóvenes.	Específica.
Monitor Latino, 2022	Ofrece recomendaciones sobre el uso de TikTok para músicos.	Complementaria.

La Tercera, 2021	Aborda la llegada de TikTok a Chile, además de entregar información propia de esta plataforma.	Complementaria.
Epsilon, 2022	Entrega herramientas estratégicas para promocionar a una marca mediante redes sociales.	Complementaria.
Mosquera, D. 2023	Brinda recomendaciones a artistas sobre la promoción mediante herramientas propias de internet.	Complementaria.
Brandwatch, 2022	Explica como TikTok ha revolucionó el escenario de redes sociales con su llegada.	Complementaria.
Nebreda, M. 2023	Define TikTok y muestra lo negativo que es su uso excesivo.	Complementaria.
Silverio, M. 2023	Entrega información y estadísticas sobre TikTok.	Complementaria.
Ruiz, M. 2022	Muestra el considerable avance de la red social TikTok desde los años 2018 a 2022.	Complementaria.
Guerra, S. 2023	Menciona 3 ventajas y 3 desventajas sobre el uso de la plataforma TikTok.	Complementaria.
Núñez, F. 2022	Explica como el cambio generacional en Chile cambió las preferencias de música reproducida a nivel nacional.	Complementaria.
Marketing Insider Review, -	Trata sobre el uso de las redes sociales y de TikTok y cómo aumentó su consumo durante la pandemia de Covid-19.	Complementaria.
24 Horas, 2021	Evidencia la vida de algunos artistas urbanos y la realidad que deben enfrentar.	Complementaria.
Redacción Shock, 2020	Aporte a la relación de TikTok y el Género Musical Urbano.	Complementaria.

Real Academia Española, -	Entrega una definición sobre lo que se entiende por redes sociales.	Complementaria.
HubSpot, 2023	Explica qué se entiende por influencers, además de mencionar sus tipos y ejemplos de ellos.	Complementaria.
Rock Content, 2018	Define lo que es marketing y muestra sus tipos, objetivos y estrategias.	Complementaria.
McCarthy y Perreault, 2017	Explica qué es la promoción en la mezcla de mercadotecnia.	Complementaria.
Spotify, -	Entrega una definición sobre la plataforma Spotify.	Complementaria.
Arimetrics, -	Define lo que es la plataforma de videos denominada como YouTube.	Complementaria.

Fuente: Elaboración propia.

5.1.1 Estado actual sobre la investigación entre TikTok y el Género Urbano Chileno

En la actualidad, sobre el vínculo de TikTok con el crecimiento y desarrollo de los artistas urbanos chilenos se sabe que si tienen relación directa, esto debido a que al ofrecer TikTok la posibilidad de incorporar música en cada video acorde a los gustos del creador, se genera una brecha para que mediante esta iniciativa TikTok pueda ofrecer contenido más llamativo y entretenido, y los artistas musicales mediante ello lograr dar a conocer sus canciones, su nombre, su imagen y que se masifiquen logrando reconocimiento en sectores inimaginables.

A su vez, se ha demostrado que actualmente TikTok se desenvuelve como una herramienta para Promoción y Marketing Digital, abriendo la posibilidad a diversas marcas de captar público y mostrar su imagen, siendo clave en este caso para los representantes del Género Urbano en Chile, ya que han logrado generar contenido e interactuar más con sus seguidores, aumentando su nivel de fama y con ello llevándolos a un éxito en el corto plazo.

En cuanto al público que consume esta plataforma y música, se sabe que suelen ser principalmente la Generación Z y la Generación T, en palabras más sencillas,

niños, adolescentes y adultos jóvenes. Los que actualmente poseen un alto consumo de redes sociales y son parte de su diario vivir, además de preferir estilos musicales del Género Urbano tanto a nivel nacional como internacional.

En relación a Chile con la industria musical urbana ha recibido un significativo reconocimiento, llegando al punto que Spotify a finales de 2022 tras realizar sus estadísticas de música consumida en cada país, denomina a nuestra nación como la “capital del Reggaetón”, ya que la mayoría de la música reproducida en dicho año a través de aquella aplicación correspondía a aquel género musical.

A pesar del éxito de ambas variables, se ha dado énfasis hoy en día en tener cuidado con el consumo excesivo de TikTok y reggaetón, esto ya que se menciona que ambos presentan tanto una parte positiva como negativa, generando repercusiones sobre todo en su público joven.

Actualmente, el tema se ha abordado para generar conocimiento y entender como una red social, en este caso TikTok, ha sido fundamental para métodos tales como marketing y promoción de marcas o artistas, llegando al punto de reemplazar antiguas tácticas tradicionales logrando conseguir éxito de manera más rápida y efectiva. A su vez, también se ha tratado como un tema de investigación, esto ya que al tratarse de una red social relativamente nueva y una industria que recién está aspirando al éxito en Chile, han surgido estudios y análisis para entender sus principales características y funcionamiento de esta plataforma y género musical.

El tema de investigación cuenta con diversas fuentes bibliográficas capaces de definir y explicar en profundidad la red social TikTok, la cual corresponde a una de sus variables a analizar. Sin embargo, no hay mayor profundización en el desarrollo y causas del actual éxito en el Género Urbano en Chile, por lo que falta mayor definición del actual apogeo de esta industria musical chilena. En cuanto al desarrollo de ambas variables en conjunto, de manera correlacional, se genera una escasez de información, ya que solamente un par de lecturas aplican esta relación para entender el éxito actual de ambas variables, por lo que se puede deducir que el tema de estudio no ha sido abordado en profundidad y que suelen abordarse de manera independiente cada variable, tomando aspectos más generales como sus

características, historia y origen, en vez de profundizar en consecuencias, impactos e influencias que han generado estas variables en diversos ámbitos actuales.

5.1.2 Tendencias de la investigación

A medida que se avanzaba en las lecturas mencionadas previamente, se generan ciertas tendencias y datos repetitivos que dan por hecho cierta información sobre el tema de investigación y sus derivados, donde principalmente se repetían los siguientes datos:

- Confirmación del buen posicionamiento de TikTok frente a la competencia.
- Cómo esta red social generó modificaciones dentro de la industria en la que se desenvuelve.
- La plataforma reemplazó antiguas tácticas de marketing tradicional.
- El género urbano se encuentra en su apogeo y da mayor reconocimiento a Chile y Latinoamérica.
- Los niños, adolescentes y adultos jóvenes son quienes más consumen las redes sociales y música urbana en Chile.
- Las redes sociales son un buen método de promoción.
- Para el éxito de los contenidos generados en TikTok es clave el apoyo de la música.
- Dentro de la música más escuchada en Spotify Chile destaca el Género Urbano y representantes chilenos.

5.1.3 Conceptos y Términos Claves

Para la comprensión del tema de estudio, es fundamental tener conocimiento sobre ciertos conceptos claves, los cuales se presentan a continuación:

Red social: “Servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que pueden interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o vídeos,

permitiendo que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo.” (Real Academia Española, -)^[7].

Influencers: “Un influencer es una persona activa en redes sociales que, por su estilo de vida, valores o creencias, ejerce un influjo directo en un cierto número de seguidores. Estas figuras públicas expresan opiniones acerca de diferentes temas y se han convertido en embajadores de muchas marcas y abanderados del marketing de la influencia.” (HubSpot, 2023)^[8].

Trends: Si bien no existe una definición como tal de este concepto, pero se entiende como aquellos bailes, juegos o contenidos específicos generados por un determinado usuario en la red social TikTok, que tras publicarlo en la aplicación se hacen virales y comienzan a replicarlos otros usuarios, es de ahí donde surge su nombre que en español significa “tendencia”.

Marketing: “Marketing es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer necesidades de un mercado objetivo con lucro. El Marketing identifica necesidades y deseos no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial.” (Rock Content, 2018)^[9].

Promoción: “Acción de transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos.” (McCarthy y Perreault, 2017)^[10].

Spotify: “Spotify es un servicio de música, podcasts y vídeos digitales que te da acceso a millones de canciones y a otro contenido de creadores de todo el mundo.” (Spotify, -)^[11].

YouTube: “YouTube es un sitio web para compartir vídeos, muy popular y gratuito, que permite a los usuarios registrados subir y compartir clips de vídeo en línea.” (Armetrics, -)^[12].

Autotone: “Modulador de la voz humana que sirve para corregir las inexactitudes y errores en las grabaciones musicales.” (Burgos, E. 2023)^[13].

Marketing digital: “Marketing Digital es el conjunto de estrategias volcadas hacia la promoción de una marca en el internet. Se diferencia del marketing tradicional por incluir el uso de canales y métodos que permiten el análisis de los resultados en tiempo real.” (RD Station, -)^[14].

Trap: “El trap es un subgénero musical urbano que nació en la década de los noventa. Está marcado por un carácter desvergonzado, letras sin pelos en la lengua sobre la calle, las drogas, la violencia y un sentimiento compartido de queja de la situación que viven los jóvenes. De hecho, el término “trap” se refiere a lugares en los que se vende droga.” (Los 40, 2019) ^[15].

Hip-Hop: “El Hip hop es la cultura que engloba distintas corrientes callejeras y que va mucho más allá de cantar. Se trata de un movimiento cultural que nació en la década de los 70 en las calles del distrito del Bronx, en Nueva York, como respuesta a la represiva situación en la que vivían los ciudadanos afroamericanos, reclusos en una especie de gueto moderno. Se ha popularizado y extendido desde sus primeros momentos y actualmente, esta subcultura se define a través de cuatro manifestaciones principales: DJ, grafiti, MC y break-dance.” (Martínez, L. 2018) ^[16].

Reggaetón: “El reggaetón surge en la década de los 90 y se trata de un nuevo estilo musical que surge de forma underground en los barrios tanto de Puerto Rico como de Panamá. Se trata de una mezcla o variante entre el estilo del reggae y de toda la vertiente de Hip Hop que se estaba haciendo en español fruto de la emigración a EE.UU. Además de esto, cobra una gran importancia la herencia de ritmos latinos clásicos y un factor muy importante; su base rítmica del conocido dembow de Jamaica.” (Mundo Deportivo, 2022) ^[17].

Género urbano: “El género urbano es una mezcla de diferentes estilos y tendencias musicales que surgen en las ciudades y que buscan reflejar la realidad y la cultura de los jóvenes que viven en ellas. Con raíces en la música negra de los años 80 y 90, el género urbano ha evolucionado a lo largo de los años para incluir influencias de otras culturas y tendencias musicales.” (Abella, J. 2023) ^[18].

TOP de Spotify: “El top de canciones es una de las secciones más completas del perfil, pues muestra las 99 canciones más escuchadas en el último año, el último semestre o en los últimos cuatro meses. Aquellos resultados pueden exportarse como listas de reproducción, para conservarlas en Spotify.” (Verdejo, N. 2021) ^[19].

Algoritmo de TikTok: “El algoritmo de TikTok es un sistema de recomendaciones que determina qué videos aparecen en tu página Para ti (que es un espacio único y totalmente personalizado).” (Newberry, C. 2023) ^[20].

Usuario: “Una persona que utiliza Internet, es decir, que navega por la red, o que utiliza una cuenta de usuario en un sitio web. El término también puede referirse a una persona que es miembro de una red social o de una comunidad específica de Internet.” (Ryte Digital Marketing Wiki, -) ^[21].

Artista musical: “Un artista musical es alguien que crea e interpreta música. Puede componer, arreglar, interpretar y grabar canciones en solitario o en grupo. Los artistas musicales suelen tener diversas influencias que conforman su sonido y estilo, desde los géneros clásicos a los modernos. Pueden utilizar instrumentos en directo o tecnología digital para crear su arte. El trabajo de un músico funciona como una expresión de sus sentimientos y emociones, así como un reflejo del clima cultural en el que vive. Un artista musical tiene el potencial de unir a la gente, evocar emociones e inspirar el pensamiento.” (Indeed, 2023) ^[22].

Generación Z: “La generación Z es el grupo de personas nacidas a finales de la década de 1990 e inicio de los 2000 (1995-2000), y que tienen la peculiaridad de estar familiarizadas con el uso de la tecnología digital, internet y los medios sociales desde una edad muy temprana.” (Domínguez, R. -) ^[23].

Generación T (Alfa): “La generación T comprende a los nacidos desde 2010 hasta la actualidad. Son niños que conocen el mundo a través de una pantalla digital y lo que es más importante, táctil. Hiperconexión, velocidad e instantaneidad son algunas de las palabras que van a acompañar a estos chicos mientras crezcan.” (Guillén, A. 2018) ^[24].

Facebook: “Facebook es una red social que fue creada para poder mantener en contacto a personas, y que éstos pudieran compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con sus propios amigos y familiares.” (Pino, N. 2022) ^[25].

Twitter: “Twitter es un servicio que permite que los grupos de amigos, familiares y compañeros de trabajo se comuniquen y estén en contacto a través de mensajes rápidos y frecuentes.” (Twitter, -) ^[26].

Instagram: “Instagram es una red social y una aplicación móvil al mismo tiempo, que permite a sus usuarios subir imágenes y vídeos con múltiples efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro, etc., para posteriormente compartir esas imágenes en la misma plataforma o en otras redes sociales.” (Lavagna, E. 2023) ^[27].

5.1.4 Modelos o pautas de estudios similares

En el Review Bibliográfico a pesar de haber contado con un total de 40 lecturas, solamente 2 estudios se asemejan al foco de esta investigación, generando un estudio de carácter correlacional entre las dos variables analizadas, plasmándolo de manera cualitativa y estadística principalmente.

El resto de los artículos suelen tener un enfoque más descriptivo, donde se enfocan en definir, caracterizar y entregar datos estadísticos o cualitativos solamente de una de las variables a tratar, por ende, no aplican la relación en la que se centra este estudio que busca entender el impacto e influencia de una variable en la otra.

Por último, en relación al éxito de la industria musical urbana en Chile, al ser relativamente reciente y poco abordado, las lecturas se tornan de carácter exploratorio, donde se entrega información tal como su origen, historia, características y representantes, pero se genera una escasez de datos estadísticos de peso.

5.1.5 Sistematización del Estado del Arte

A continuación, se presentan dos tablas generadas a partir de las 40 lecturas mencionadas previamente, las cuales contienen información relevante sobre las dos

variables a tratar, la red social TikTok y el Género Musical Urbano. A su vez, se especifican los autores, años y diversas preguntas para orientar el foco de la información que se quiere recopilar para la investigación.

Tabla N°2: Ideas relacionadas a Redes Sociales, TikTok y Promoción.

CLASIFICACIÓN DE LECTURAS	AUTOR, AÑO	IDEA PARA PROMOCIONAR UN ARTISTA	IDEA PARA FACILITAR EL USO DE TIKTOK EN ARTISTAS URBANOS	IDEA DE RED SOCIAL MÁS CONOCIDA PARA SER USADA POR ARTISTAS	IDEAS DE USUARIOS QUE USAN TIKTOK	IDEA DE QUÉ ES TIKTOK Y QUÉ PERMITE HACER	IDEA DE IMPACTO POSITIVO EN LA SOCIEDAD	IDEA DE IMPACTO NEGATIVO EN LA SOCIEDAD	INCLASIFICABLES
Fundamental.	Monitor Latino, 2023	TikTok como medio de promoción.		TikTok	67% de los usuarios buscan canciones en servicios streaming después de verlos en TikTok.				
Complementaria.	Monitor Latino, 2022		Crear contenidos, usar trends, interactuar con los seguidores.						
Fundamental.	Comunidad Empresas Entel, 2023			YouTube, Facebook, TikTok, Instagram					
Específica.	La Tercera, 2022								
Específica.	Morales, F. y Jall, G. 2023	TikTok e Instagram.		TikTok e Instagram					
Específica.	CNN Chile, 2022								
Complementaria.	La Tercera, 2021	TikTok, Instagram, Facebook y Twitter.	Contenido único y conectar con la audiencia. Cercanía, humor, creatividad y autenticidad.	TikTok e Instagram	83% usuarios de 12 a 18 años, nuevos segmentos etarios de 30 a 40 años.				
Fundamental.	Carer Comunicación, 2022	TikTok, Instagram y Facebook.	Creación de un canal de comunicación con los consumidores.		Jóvenes y adultos.				
Complementaria.	Epilink, 2022		Usar escuela social, crear branding, planificar contenido y cuidar medición y reporting.						
Complementaria.	Mosquera, D. 2023	Medios de comunicación especializados, como i am rap.		YouTube, Instagram, facebook, TikTok, Twitter y LinkedIn					
Específica.	Fernández, Y. 2021			TikTok, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y YouTube	Generación Z y Alpha.	Crear, editar y subir videos cortos musicales. Usar efectos especiales, filtros y característicos de realidad aumentada.			
Complementaria.	Brandwatch, 2022						Participación jóvenes, creatividad, autoexpresión, influencia en la música, impacto en la cultura.	Retos y preocupaciones por la privacidad, impacto en la salud mental.	
Específica.	Angello, W. 2023						Impacto en las industrias musicales, videoclips, marketing.	Intento de inversiones en la red social debido al abuso y amenaza que es la plataforma.	
Fundamental.	Whitney, D. 2020							Conflicto con EEUU por ciberseguridad.	Empresa dueña de TikTok es ByteDance.
Específica.	Basterra, M. 2023	TikTok como promoción de contenido patrocinado		TikTok	Predomina la Generación Z, pero las usan igual otros rangos etarios.	Plataforma que permite crear videos cortos divertidos y creativos.		Contenido para adultos, riesgo privacidad, problemas de adicción, peligrosidad de los retos.	TikTok es la adaptación internacional de Douyin.
Fundamental.	Kolopane, 2023	TikTok como Marketing Digital.	Creatividad, estrategia digital, formación continua, capacidad analítica, adaptación al cambio.		Por lo general la Generación Z, de 16 a 24 años.				
Complementaria.	Nekowid, M. 2023			Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, WeChat, TikTok, 19 Messenger, LinkedIn, Snapchat.	La mayoría (77,3%) tienen 25 años o más.				Usuarios de TikTok en promedio usan la app 23,6 horas al mes.
Complementaria.	Silverio, M. 2023			Facebook, TikTok, Instagram, WeChat, LinkedIn, Snapchat, Twitter					En 2022, 60% de la población mundial vivía en redes.
Específica.	Mora, M. 2022				Base de usuarios entre 18 y 34 años.	Interfaz fácil, amplia demografía, difusión de información errónea, efectos en salud mental.	Amplia base de usuarios, expresión creativa, potencial viral, demografía y alcance, oportunidades de marketing, aprendizaje verdadero, obtención de dinero y promoción de marca personal o empresarial.	Consumo de tiempo, preocupación por la privacidad, duración limitada, calidad del contenido, influencia negativa a capacidad.	
Específica.	Redaction Team, 2023						Contenido sin valor, mala influencia y adicción al largo plazo.		
Complementaria.	Guerra, S. 2023	TikTok se convertirá en la plataforma de para campañas de marketing de influencers.		TikTok muestra nuevos artistas, escucha música nueva, asocia las canciones con la red social.	Milenials y Gen Zers.		Cambio cultural, muestra el ánimo, contenido único, diferente y divertido, usuarios diversificados.		Los usuarios descubren música por tendencias y los trabajan a otras plataformas.
Fundamental.	Wood, M. 2023				Generación T, caracterizados por mentalidad de desvinculamiento mediático.		Anula la capacidad de atención y hace estar pegado al teléfono durante horas.		
Fundamental.	TikTok, 2021	Mediante la red social TikTok.			Generación Z.				Usuarios indican pasar más de 30 minutos seguidos en la aplicación.
Complementaria.	Marketing Insider Review, 2023				Adultos jóvenes, adolescentes, niños y niñas.				
Específica.	24 Horas, 2023								
Complementaria.	Redacción Shock, 2020		Crear estrategia para conectar sus canciones, llegar en público y hacer contenido con música.	TikTok, Facebook, Twitter e Instagram.		Una algoritmo con contenido acorde a los gustos y usa la música para su crecimiento.		Concentración, control de emociones, cambios conductuales, reducción de sueño.	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N°3: Ideas relacionadas a la Música y Artistas Urbanos Chilenos.

CLASIFICACIÓN DE LECTURAS	AUTOR, AÑO	IDEAS DE ARTISTAS URBANOS CHILENOS MÁS CONOCIDOS	IDEAS DE USUARIOS QUE ESCUCHAN MÚSICA URBANA CHILENA	IDEA DEL ESCENARIO ACTUAL DE LA INDUSTRIA MUSICAL URBANA EN CHILE	IDEAS DE PLATAFORMAS PARA REPRODUCIR MÚSICA	IDEA DE IMPACTO NEGATIVO EN LA SOCIEDAD	INCLASIFICABLES
Fundamental.	Monitor Latino, 2023				Spotify		
Fundamental.	Comunidad Empresas Entel, 2023				YouTube		
Específica.	La Tercera, 2022	Marcianeke, Cris MJ, Pablo Chill-E, Palitta, Standly, Polina Westcoast, Juliano Sosa, El Jordan 23	Generación Z, 35% jóvenes, 28% adultos de 25 a 29 años	40% del TOP 50 Spotify Chile es de artistas nacionales del género urbano	Spotify		
Específica.	Morales, F. y Jall, G. 2023	Cris MJ, AK4-20, Palitta, Standly, Polina Westcoast, El Jordan 23, Juliano Sosa, Marcianeke, King Savage		Combinación de reggaetón con el trap y hip-hop latino. Letras de sexo, drogas y amor.	Spotify, YouTube, Apple Music, Deezer o Tidal	Genero urbano tildado de machista, con letras de sexo y drogas.	
Específica.	CNN Chile, 2022	Cris MJ, Palitta, Standly, Marcianeke, El Jordan 23, Polina Westcoast, Young Cister, AK4-20, Juliano Sosa, Nickoog CK		Alza de 67% en el consumo de música urbana nacional			
Complementaria.	Mosquera, D. 2023				Spotify, YouTube, Twitch, Soundcloud y Apple Music		
Específica.	Puroperiodismo, 2022	Young Cister, Pablitto Chill-E, Polina Westcoast, Paloma Mami, Ceasero, DrevQuila		Sonidos con Autotune y Betsas, con ritmos bailables y contagiosos.		Sexo explícito, drogas y violencia.	Considera al género urbano como un movimiento.
Específica.	Peca y Retz, 2023			Letras más acapelladas, más de una sola pista, si requiere talento, latinoamericana logra reconocimiento.		discriminación, inducción a la manipulación, involucración con crímenes, herramienta de empresas	
Complementaria.	Ruiz, M. 2022	Marcianeke, Cris MJ, Pablo Chill-E, Palitta y El Jordan 23.		Las reproducciones de Reggaetón Chileno crecieron un 2600 % durante 2021.			
Específica.	Contreras, E. 2022	Jordan 23, Polina Westcoast, Young Cister, AK4-20, Juliano Sosa y Nickoog CK.			Spotify.		música los días viernes y también a las 13:00 horas es cuando más se escucha Spotify en Chile.
Complementaria.	Núñez, F. 2022		Nuevas generaciones.	El género urbano se apodera de Chile y reemplaza el rock.	Spotify.		El género urbano viene acompañado de un cambio generacional.
Complementaria.	24 Horas, 2021	Pablo Chill-E, Marcianeke, AK4-20	Tanto niños como adultos.	Gente de esfuerzo, pocas oportunidades y muchos sueños. Género que parece ser rudo pero con vivencias humildes.			Artistas que surgieron y son menos conocidos Carliños Junior, Adán La Amenza, Chely Princess, El Bai y Jimkors.

Fuente: Elaboración propia.

La primera tabla contiene información vinculada a las redes sociales, TikTok y promoción, con el fin de entender qué es TikTok, cuáles son las redes sociales que compiten directamente con ella y como todas ellas son utilizadas o vistas como método de promoción en la actualidad. Para ello se realizaron las siguientes preguntas plasmadas como “ideas”:

1. Idea para promocionar a un artista.
2. Idea para facilitar el uso de TikTok en artistas urbanos.
3. Idea de red social más conocida para ser usada por artistas.
4. Ideas de usuarios que usan TikTok.
5. Idea de qué es TikTok y qué permite hacer.
6. Idea de impacto positivo en la sociedad.
7. Idea de impacto negativo en la sociedad.
8. Inclasificables.

A continuación, se muestra la cantidad de respuestas recopiladas mediante las lecturas en base a las preguntas planteadas y su respectivo porcentaje de la frecuencia de respuestas obtenidas. Siendo las preguntas 4, 3 y 1 las más efectivas y capaces de encontrar respuestas.

Tabla N°4: Cantidad de respuestas en lecturas de TikTok.

Preguntas	Respuestas	Porcentaje (%)
1	9	14,3
2	6	9,5
3	11	17,5
4	12	19,0
5	4	6,3
6	6	9,5
7	8	12,7
8	7	11,1
TOTAL	63	100

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la segunda tabla, esta se centra en la recopilación de información vinculada con la música y los artistas urbanos chilenos, para comprender cuales son los representantes más conocidos, definir el escenario actual de aquel género

y otras cualidades propias de aquella industria, las cuales se ven plasmadas a través de las siguientes preguntas del cuadro denominadas como “ideas”:

1. Ideas de artistas urbanos chilenos más conocidos.
2. Ideas de usuarios que escuchan música urbana chilena.
3. Idea del escenario actual de la industria musical urbana en Chile.
4. Ideas de plataformas para reproducir música.
5. Idea del impacto negativo en la sociedad.
6. Inclasificables.

En base a lo anterior, se muestran a continuación los números de respuestas recopiladas mediante las lecturas en base a las preguntas planteadas y su respectivo porcentaje de la frecuencia de respuestas obtenidas. Siendo las preguntas 3, 4 y 1 las más efectivas y capaces de encontrar respuestas.

Tabla N°5: Cantidad de respuestas en lecturas del género urbano.

Preguntas	Respuestas	Porcentaje (%)
1	7	21,9
2	3	9,4
3	8	25,0
4	7	21,9
5	3	9,4
6	4	12,5
TOTAL	32	100

Fuente: Elaboración propia..

5.2 Sujeto de Estudio

A medida que transcurre el tiempo, cada vez son más las plataformas que surgen para entretener al público y generar ganancias mediante ello, sin embargo, con la llegada de la aplicación TikTok se llegó más allá que simplemente cautivar al público con contenido divertido, creativo y llamativo para divertirse. Algunos de los contenidos generados fueron capaces de impactar en diversos mercados a nivel mundial, ya sea de manera positiva o negativa, revolucionando las técnicas de difusión, promoción, marketing, gestiones estratégicas, entre muchas más; todo esto debido a la masificación de esta red, ya que hizo posible que el contenido sea

muy fácil de transmitir y llegar a diversos usuarios acorde al tipo de algoritmo de cada persona generado por la propia red social.

En la actualidad, TikTok se encuentra dentro de las redes sociales más usadas en Chile, quedando por debajo de Facebook y Twitter, desplazando a Instagram al cuarto lugar, acorde al número de usuarios que tienen hasta inicios del 2023.

Esta red social surgió en el año 2016 en China, bajo el nombre de Douyin. Luego de 2 años, llegó a otros países bajo el nombre de TikTok. Dicha plataforma le pertenece a la empresa Bytedance, la cual corresponde a una compañía de tecnologías que maneja una variedad de plataformas de contenido.

Dentro de las principales cualidades que caracterizan a esta plataforma se encuentra en primer lugar el algoritmo que posee, ya que permite a los usuarios visualizar videos acordes a sus intereses, gustos y preferencias. Esta aplicación permite a sus usuarios elaborar videos con la posibilidad de incorporarles música y filtros, para hacerlos más llamativos y entretenidos. Al momento de publicar algún video, está la posibilidad de dar me gusta, comentarlo, guárdalo o compartirlo, además de indicar el perfil del creador y poder seguirlo en caso de que el usuario se vea tentado a hacerlo.

Si bien TikTok ha tenido múltiples ovaciones, ha cautivado al público y ha crecido significativamente conforme transcurren los años, dentro de este último tiempo se ha demostrado mediante estudios y análisis que la red social presenta tanto cualidades positivas como negativas para sus usuarios. Dentro de las principales ventajas destacan la creatividad, autoexpresión, participación de los jóvenes, aprendizaje, obtención de dinero, aumento en el ánimo, contenido único, cambios culturales y mayor visibilidad a las marcas. Por otro lado, en cuanto a la parte negativa de esta aplicación está el contenido para adultos visto por menores de edad, riesgo en la privacidad y ciberseguridad, problemas de adicción, surgimiento de retos peligrosos, alto consumo de tiempo, disminución en la capacidad de atención, cambios conductuales y reducción del tiempo de sueño.

Como se mencionó anteriormente, TikTok da la posibilidad de incorporar música en los videos creados por sus usuarios, generando en ello una relación beneficiosa tanto para hacer más llamativo y entretenido el contenido propio de TikTok, como para dar a conocer canciones y la imagen de artistas pertenecientes a alguna industria musical, centrando la actual investigación en la industria musical urbana chilena, la cual dentro de este último tiempo ha crecido significativamente y ha conllevado al surgimiento de nuevos exponentes.

La industria musical urbana en Chile actualmente se encuentra en su auge, llegando al punto de contar con un 40% de participación de artistas nacionales en el Top 50 de Spotify Chile en 2022. Los artistas locales han conseguido darse a conocer a nivel nacional e internacional, contagiando a los aficionados con sus diversas melodías, las cuales surgen de la combinación de ritmos latinoamericanos como el reggaetón, trap e hip-hop. Actualmente, este género musical se caracteriza por sus sonidos en base al Autotune junto a sus ritmos bailables y contagiosos, que cautivan principalmente a niños, adolescentes y adultos jóvenes. Este movimiento llegó a apoderarse en la actualidad de las preferencias musicales chilenas, desplazando a otros géneros musicales como el rock, y aumentando significativamente el consumo nacional donde entre 2021 y 2022 se reflejó un 67% de alza en las reproducciones de música urbana nacional. Si bien hay un sin número de representantes, exponentes y novatos adentrándose en este género musical, no obstante, el Top 10 de los más conocidos y exitosos es bastante claro hasta finales de 2022, donde se consideran a Cris MJ, Pailita, Standly, Marcianeke, El Jordan 23, Polimá Westcoast, Young Cister, AK4:20, Juliano Sossa y Nickoog Clk.

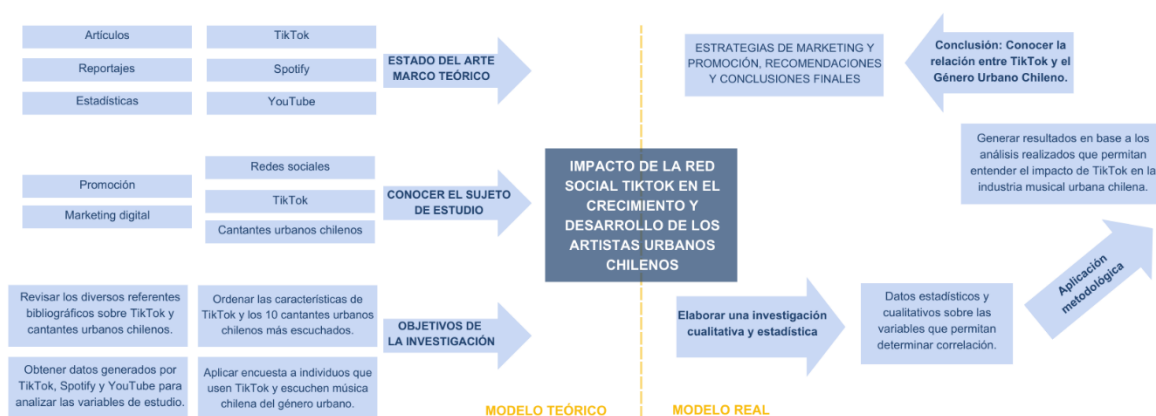
A pesar del significativo crecimiento y reconocimiento que ha logrado esta industria chilena, no todos están de acuerdo con sus exponentes y lo que transmiten mediante sus canciones, esto debido a que algunas de las letras suelen centrarse en el sexo explícito, en el consumo de sustancias ilícitas y en un actuar violento, esto acompañado del hecho que se tilda este género como machista debido a que se ve como objeto a la mujer en sus videos musicales y letras de canciones. Sin embargo, los exponentes tienen bastante clara la imagen del género musical en el

que se desenvuelven y es mediante reportajes y/o entrevistas que algunos de estos comentan que este movimiento va mucho más allá que esa visión negativa, afirman ser gente humilde y luchadora que busca salir de un contexto de delincuencia, drogas y violencia, tratando ganarse la vida mediante la música que además es algo que les apasiona.

5.3 Marco teórico

A continuación, se presenta un mapa mental sobre el tema de la investigación, que se compone por un modelo teórico y un modelo real. Para una mejor visualización del mapa mental revisar el apartado denominado como ANEXO 2: “Mapa mental del tema de estudio”. (Ver pág. 121)

Ilustración N°1: Mapa mental del tema de estudio.



Fuente: Elaboración propia.

Como se ve en la ilustración, en el centro se encuentra el tema por tratar a lo largo de la investigación, el cual se compone por dos modelos, el de la derecha denominado como modelo teórico, el cual consta en la identificación de aspectos principales de la investigación y en la recopilación de información para sentar una base del estudio propuesto. Y en el lado izquierdo, se presenta el modelo real, el cual define a grandes rasgos el proceso a realizar durante el desarrollo de la investigación para finalmente conseguir comprobar el enunciado del estudio y generar conclusiones y recomendaciones.

En cuanto al modelo teórico, este se compone de tres aspectos fundamentales los cuales se denominan como Estado del Arte, Sujeto de Estudio y los Objetivos de la Investigación. En el primer punto mencionado, se pueden ver diversas fuentes de las cuales se pueden obtener datos e información de carácter cualitativa y estadística para el entendimiento y desarrollo del tema a abordar. Luego, sigue conocer al Sujeto de Estudio, donde en primer lugar se debe identificar cuál es el sujeto de la investigación, los cuales en este caso de estudio se denominan como la red social TikTok y los cantantes urbanos chilenos, además de especificar que la base de la investigación será el marketing digital y promoción mediante la variable TikTok y afectando en el crecimiento y desarrollo de los cantantes urbanos chilenos. Por último, el modelo teórico plantea algunos de los objetivos de la investigación, presentando 4 de ellos, relacionados con aspectos claves del estudio.

El modelo real por su parte, en primer lugar, especifica que será una investigación del tipo cualitativa y estadística, la cual como objetivo clave presenta la obtención de datos para luego analizarlos y determinar la correlación planteada en el enunciado del tema de estudio. Así tras la aplicación de la metodología se podrán generar resultados significativos de aquellos análisis para determinar el impacto de TikTok en el crecimiento y desarrollo de los cantantes urbanos chilenos. Con ello, ya se pueden establecer conclusiones sobre el tema de investigación y confirmar aquella relación, para finalmente evidenciar esta nueva estrategia de marketing digital y promoción, además de presentar una serie de recomendaciones para aquellos usuarios interesados en el tema propuesto.

6. PROPUESTA DE LA METODOLOGÍA DE TRABAJO

A continuación, se presentan una serie de fases que conforman el desarrollo de la investigación, acompañadas de una Carta Gantt con el periodo de duración de cada etapa expresadas en semanas.

A lo largo de las fases se emplea el uso de diversas escuelas de administración, como lo es la escuela neoclásica en las fases (1, 2 y 3) de sistematización de antecedentes bibliográficos y de datos estadísticos, junto a la definición del sujeto y sus características, ya que, se basan principalmente en aprendizajes del pasado y en un enfoque ecléctico que considera diversos conocimientos de variadas áreas. A su vez, se hace uso de la escuela de contingencia en dos fases (4 y 9) las cuales corresponden a la elaboración del marco teórico, conclusiones y recomendaciones, esto debido a que es aquí donde se toman las decisiones más relevantes de la investigación, como lo es definir el camino a seguir en el estudio e interpretar los resultados para generar conclusiones sobre lo abordado. También surge la escuela científica en las fases (5 y 6) relacionadas a la encuesta y selección de antecedentes estadísticos, las cuales se basan en la observación y medición principalmente como métodos para análisis. Finalmente, se utiliza la escuela matemática en las fases (7 y 8) enfocadas en la aplicación de metodología y generación de resultados finales, ya que, a través del análisis e interpretación de los resultados obtenidos vía métodos matemáticos, permite la toma de decisiones para la etapa siguiente correspondiente a la de conclusiones y recomendaciones.

6.1 Presentación fases de la investigación

Fase 1: Sistematización de antecedentes bibliométricos

Se buscó información en internet a partir de diferentes webs relacionadas a las variables de investigación a tratar, con distintos puntos de vista para definir y entender en profundidad los sujetos del estudio y el tema en general. A su vez, se ordenan los conocimientos a partir de un set de 40 fichas bibliográficas las cuales están insertas en ANEXO 1: “Fichas bibliográficas” (Ver pág. 87). Posteriormente se sistematizan y organizan los conceptos e ideas claves que responden a las

principales búsquedas de interrogantes sobre la investigación, a partir de dos tablas realizadas en formato Excel, una acorde al uso de redes sociales, TikTok y promoción, y la otra sobre la música, el género urbano y los artistas chilenos. (Ver pág. 26 a 39)

Tiempo de ejecución: 5 semanas

Fase 2: Obtención datos de plataformas

Se recopilan datos estadísticos sobre las variables analizadas, a través de las plataformas como TikTok, Spotify y otras fuentes estadísticas, con el fin de tener información cuantitativa suficiente para analizar el tema de estudio y lograr concluir acorde a los resultados de análisis realizados más adelante. (Ver pág. 26 a 39)

Tiempo de ejecución: 5 semanas

Fase 3: Planteamiento características del sujeto

Se identifican y ordenan las principales características de ambas variables que conforman lo que podemos definir como sujeto de estudio, armando una sólida definición de ambas (red social TikTok y los 10 principales cantantes urbanos chilenos) para posteriormente ser capaz de relacionarlos entre sí. (Ver pág. 39 a 42)

Tiempo de ejecución: 3 semanas

Fase 4: Elaboración marco teórico

Se elabora un mapa mental, el cual expresa de manera general las diferentes etapas que conforman la investigación, permitiendo identificar los capítulos Estado del Arte, Sujeto de Estudio y Objetivos Específicos. A su vez, previamente fueron planteados un total de 12 objetivos específicos, además de recopilar antecedentes del sujeto de la investigación para elaborar el marco teórico con el fin de comprender

aspectos básicos y generales necesarios para el entendimiento de la investigación y conseguir fijar el rumbo del estudio. (Ver pág. 42 a 43)

Tiempo de ejecución: 5 semanas

Fase 5: Diseño, ejecución y resolución de encuesta

Se diseña una encuesta para medir el uso de TikTok y el consumo de música del género urbano chileno, con el fin de recopilar mayor información sobre las variables analizadas y cómo influyen entre ellas. Se lleva a cabo también una validación de la encuesta con dos expertos del área y se realiza una selección de muestra, para posteriormente aplicar dicha encuesta en estudiantes de la USM en Casa Central. Finalmente, se hace la resolución de la encuesta, la cual consta en recopilar todos los datos e información obtenida y posteriormente generar un análisis exhaustivo sobre cada uno de estos resultados y poder generar conclusiones.

Tiempo de ejecución: 2 semanas

Fase 6: Selección de antecedentes estadísticos

En base a la fase 2 de “obtención datos de antecedentes”, se selecciona la información cualitativa y estadística más relevante y útil para la investigación, considerando solamente aquellas lecturas clasificadas como “fundamentales”, con el objetivo de eliminar aquella que no sea tan vinculada al tema a tratar o que no sirva para generar conclusiones significativas. Así más adelante a través de un análisis cualitativo del tipo comparativo se podrá analizar el tema de investigación.

Tiempo de ejecución: 1 semana

Fase 7: Aplicación metodología de estudio

Se llevan a cabo los pasos mencionados anteriormente, que contemplan la elaboración, aplicación y resolución de una encuesta, además de la selección y análisis de los antecedentes estadísticos recopilados a comienzos de la investigación, con el objetivo de ir formando mediante análisis estadísticos los primeros resultados parciales y posteriormente ser capaz de generar los grandes resultados para poder concluir.

Tiempo de ejecución: 2 semanas

Fase 8: Generación de resultados finales

A partir de los resultados parciales anteriores, se lleva a cabo una síntesis considerando a grandes rasgos los puntos más relevantes, para establecer los resultados finales claves de la investigación, los cuales serán de utilidad para generar conclusiones sobre el tema de estudio y determinar si se lograron los objetivos tanto generales como específicos de la investigación.

Tiempo de ejecución: 3 semanas

Fase 9: Conclusiones y recomendaciones

Luego de la obtención de los resultados del estudio, se llevan a cabo las conclusiones sobre el impacto de la red social TikTok en el desarrollo y crecimiento de la industria musical urbana en Chile, siendo capaz de afirmar o negar el enunciado planteado. Además, se concluye con respecto a ambas variables analizadas, y finalmente sobre el análisis comparativo realizado entre el escenario previo y los resultados propios del estudio. A su vez, se generan recomendaciones acordes a los resultados obtenidos, con el fin de orientar a interesados en el tema, sobre todo con respecto al proceso de investigación y metodologías aplicadas.

Tiempo de ejecución: 2 semanas

6.2 Orientación temporal del estudio

Tabla N°6: Flujo temporal de las diferentes fases de la investigación.

N°	Fases	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16
1	Sistematización antecedentes bibliométricos																
2	Obtención datos plataformas																
3	Planteamiento características sujetos																
4	Elaboración marco teórico																
5	Diseño, ejecución y resolución encuesta																
6	Selección antecedentes estadísticos																
7	Aplicación metodología de estudio																
8	Generación grandes resultados																
9	Conclusiones y recomendaciones																

Fuente: Elaboración propia.

En el anterior Diagrama Gantt se presenta todo el desarrollo de la investigación, la cual consta de 9 fases distribuidas en un total de 16 semanas entre agosto y noviembre. Siendo las fases más extensas aquellas relacionadas a la recopilación de antecedentes bibliográficos y datos estadísticos, ya que es ahí donde a través de 40 lecturas se forma una base conceptual del tema de estudio y aspectos relacionados. Sin embargo, el tiempo de duración de cada fase no define su nivel de importancia, ya que fases como la elaboración del marco teórico son bastante relevantes, debido a que es donde se define el rumbo a seguir a lo largo del estudio, estableciendo de manera general un paso a paso que a medida que transcurren las semanas se vuelve más detallado y exhaustivo. A su vez, se suman a las fases primordiales de la investigación la aplicación de la metodología, generación de resultados finales y de conclusiones, esto debido a mediante métodos de análisis cuantitativos y estadísticos es posible corroborar el enunciado del tema de estudio y demostrar si efectivamente TikTok impacta en el crecimiento y desarrollo de los cantantes urbanos chilenos, siendo posible a través de los resultados finales generar conclusiones que confirmen o descarten lo mencionado anteriormente, además de ofrecer recomendaciones para aquellos interesados en el tema en relación al uso de la red social TikTok como medio de promoción de marcas o marketing digital.

7. APLICACIÓN METODOLÓGICA

A continuación, se presentan dos tipos de análisis para tratar el tema de estudio. En primer lugar, se diseñará, validará y aplicará una encuesta, para posteriormente a través de resultados parciales realizar un análisis del tipo estadístico. Luego, a través de un análisis cualitativo del tipo comparativo entre la selección de antecedentes del estado del arte de carácter fundamental y los resultados del análisis estadístico, se espera ver las similitudes o diferencias entre el escenario previo a la investigación y los resultados propios de este estudio obtenidos en la encuesta, para posteriormente tener los recursos necesarios para generar conclusiones en los próximos capítulos.

7.1 Análisis estadístico

Para realizar un exhaustivo análisis estadístico se diseñará una encuesta enfocada en conocer más sobre el pensamiento de distintos usuarios relacionado a la red social TikTok, el género urbano chileno y la relación de ambas variables, esto con el fin de obtener datos significativos para concluir sobre el tema de investigación.

7.1.1 Propuesta de encuesta

A continuación, se presenta un cuadro con la propuesta de preguntas por aplicar en la encuesta, la cual será presentada ante dos expertos del área, correspondiente al profesor guía de memoria y a una profesora del Departamento de Ingeniería Comercial. En la primera columna, se muestra el aporte general que brindará la pregunta específica de la encuesta, siendo explicado a continuación de manera breve en la segunda columna. A su vez, se presenta en la tercera columna diversas opciones que harán posible la obtención de aquella información necesaria para el estudio. Por último, en la cuarta columna se presentan las alternativas para cada una de las preguntas. Cabe destacar que las preguntas que se destacan en color celeste en la sección “Propuestas de preguntas”, son aquellas que según criterio personal son las más adecuadas.

Tabla N°7: Principales factores de búsqueda por considerar en el diseño de la encuesta.

¿Qué quiero saber?	¿Cómo puedo saberlo?	Propuestas de preguntas	Alternativas
Uso de TikTok	Saber si el encuestado hace uso o no de la red social indicada.	¿Usas la red social TikTok? ¿Haces uso de la red social TikTok? ¿Utilizas la red social TikTok?	a) Si, frecuentemente b) De vez en cuando c) No la uso
Tiempo invertido en el uso de TikTok al día	Averiguar cuánto tiempo invierte en aquella red social a diario mediante rangos de horas.	¿Cuánto tiempo aproximado le dedicas al día a esta red social? ¿Cuántas horas al día usas TikTok? ¿Aproximadamente cuánto tiempo inviertes usando esta red social?	a) Menos de 1 hora b) Entre 1 y 3 horas c) Entre 3 y 5 horas d) Más de 5 horas
Reproducción de música del género urbano chileno	Si escucha el encuestado o no música del género urbano chileno.	¿Escuchas música del género urbano chileno? ¿Sueles escuchar música del género urbano chileno? ¿Está el género urbano chileno dentro de tus preferencias musicales?	a) Si b) De vez en cuando c) No

Frecuencia de consumo de música urbana chilena	Que tan frecuente escucha música del género urbano chileno.	¿Con qué frecuencia escuchas este género musical? ¿Qué tan seguido escuchas este género musical? ¿Cada cuánto escuchas este género musical?	a) A diario b) Algunos días a la semana c) Algunos días al mes d) No lo escucho
Conocimiento de artistas urbanos chilenos	Qué artistas conoce dentro del TOP 10 considerado en la investigación.	De los siguientes artistas urbanos chilenos, ¿Cuáles has escuchado? Marca más de una opción. ¿Qué artistas urbanos chilenos conoces o has escuchado? ¿Cuáles son los artistas chilenos que más te gustan y escuchas?	a) Cris Mj b) Pailita c) Standly d) Marcianeke e) El Jordan 23 f) Polimá g) Westcoast h) Young Cister i) Ak4:20 j) Juliano Sossa k) Nickoog Clk l) Otros
Influencia de contenido de TikTok	Se espera averiguar si el contenido musical mostrado en TikTok influye en	Al estar usando TikTok y escuchar música en esta red social, ¿Sueles añadirla a tu lista	a) Si b) Algunas veces c) No

	las preferencias musicales de los usuarios.	de reproducción habitual? ¿Te dejas influenciar por la música que escuchas en TikTok en tus preferencias musicales? Al escuchar música en TikTok, ¿sueles buscarlas en otras plataformas después?	
TikTok como fuente musical confiable	Se busca saber si TikTok es considerado por los usuarios como una aplicación para encontrar música llamativa y acorde a los gustos de cada persona.	¿Consideras la red social TikTok una fuente para obtener música nueva y en tendencia? ¿Sientes que TikTok puede considerarse como un medio para obtener música en tendencia? ¿Describirías TikTok como una plataforma que sirve para encontrar música en tendencia?	a) Si b) No c) No estoy seguro/a

TikTok como promoción y marketing digital	Ver si los encuestados consideran que TikTok es un buen método para que las marcas (artistas) se hagan más conocidos y logren su crecimiento esperado e incluso superar sus expectativas.	¿Crees que TikTok ha servido para que los artistas urbanos chilenos se hagan conocidos y logren crecer? ¿Crees que el crecimiento de los artistas urbanos chilenos se debe a la masificación de canciones por TikTok? ¿Crees que los artistas urbanos chilenos han logrado crecer y darse a conocer por medio de TikTok de manera rápida?	a) Si, ha sido significativo b) Ha influido en menor grado c) No ha sido relevante
---	---	--	---

Fuente: Elaboración propia.

Posterior a la revisión de la encuesta por parte de dos expertos en el área, se realizan modificaciones para establecer el modelo oficial de encuesta por aplicar, logrando presentar una encuesta clara y capaz de recopilar la información necesaria para la investigación. (Ver encuesta en ANEXO 3: “Modelo oficial de encuesta” pág. 122).

7.1.2 Selección de muestra

La segmentación de muestra de la encuesta es llevada a cabo a través de tres principales aspectos, el primero vinculado a si el encuestado pertenece o no a la USM Campus Casa Central, esto debido a que serán encuestados usuarios pertenecientes a aquella universidad y sede de manera presencial. En segundo lugar, se implementará una segmentación acorde al género del encuestado,

poniendo como opciones el género masculino, femenino y otros, y en caso de no querer especificar dicha información, se deja la alternativa de prefiero no decirlo. Por último, se aplicará una segmentación acorde al rango etario del encuestado, dejando como alternativas a menores de 18 años, entre 18 y 22 años, entre 23 y 25 años, y mayores de 25 años. Toda esta segmentación será vital para entender y analizar en mayor profundidad la información recopilada y de una manera mucho más específica.

Para determinar la cantidad de usuarios a encuestar, esperando obtener una muestra representativa, en primer lugar, gracias a la segmentación que busca encuestar solamente estudiantes de la USM Casa Central, es necesario tener claro el total de estudiantes actuales en aquel campus, el cual es igual a 5.993 universitarios en el año 2023, lo que sería el total de la población. Aquello nos permite calcular el R, el cual con un 95% de nivel de confianza y un 5% de margen de error, nos da un tamaño de muestra equivalente a 362 individuos por encuestar, calculado a través de la siguiente fórmula:

$$n = Z^2 * (p) * (1-p) / c^2$$

n : Tamaño de muestra

Z : Nivel de confianza (95%)

p : Probabilidad ocurrencia evento (50%)

c : Margen de error (5%)

Cabe destacar que el total de estudiantes de la USM Casa Central fue consultado con Federación de Estudiantes del campus, obteniendo la siguiente tabla:

Tabla N°8: Total estudiantes USM Casa Central 2023.

Carrera	N° Total
Arquitectura	398
Construcción Civil	199
Ingeniería Civil	410
Ingeniería Civil Ambiental	215
Ingeniería Eléctrica	56
Ingeniería Civil Eléctrica	277
Ingeniería de Ejecución Electrónica	5
Ingeniería Civil Electrónica	481
Ingeniería Civil en Informática	578
Ingeniería Civil Industrial	857
Ingeniería Mecánica Industrial	18
Ingeniería Civil Mecánica	465
Ingeniería Civil Metalúrgica	186
Ingeniería Civil Plan Común	171
Ingeniería Civil Química	315
Ingeniería Civil Telemática	173
Ingeniería Comercial	764
Ingeniería en Diseño de Productos	117
Ingeniería Civil Matemática	134
Ingeniería Civil Física	27
Licenciatura en Astrofísica	76
Licenciatura en Ciencias Mención Física	8
Licenciatura en Ciencias Mención Química	5
Licenciatura en Física	57
Químico	1
Total general	5993

Fuente: FEUTFSM Casa Central.

7.1.3 Aplicación encuesta

Para conseguir la muestra representativa equivalente a 362 encuestados, se aplicó la encuesta a través de la difusión en redes sociales como Instagram y WhatsApp, mediante grupos exclusivos de estudiantes de la USM Casa Central o directamente contactando a conocidos del campus, esto junto a un breve texto que explicaba el contexto de la encuesta y del tema a tratar, el que se muestra a continuación:

Ilustración N°2: Texto difusión de encuesta.

“¡Hola! Mi nombre es Cinthya Astudillo y soy estudiante de último año de Ingeniería Comercial en la Universidad Técnica Federico Santa María, por ende, me encuentro en el proceso de desarrollo de mi memoria.

El fin de esta encuesta es obtener mayor información para poder analizar en profundidad el impacto de TikTok en el crecimiento y desarrollo de los artistas urbanos chilenos.

Tu respuesta es de mucha ayuda. ¡De antemano muchas gracias!

<https://forms.gle/Y42jmtYbQV89MkoD6> “

Fuente: Elaboración propia.

A su vez, la encuesta se aplicó de manera presencial en el campus, encuestando a aquellos estudiantes que se encontraran en lugares como Patio Central, biblioteca, CIAC y espacios de ocio como bancas, piscina, entre otros. Para facilitar este proceso, se utilizó un código QR que redirigía automáticamente a la encuesta para responderla, el que se presenta a continuación:

Ilustración N°3: Código QR encuesta.



Fuente: Elaboración propia.

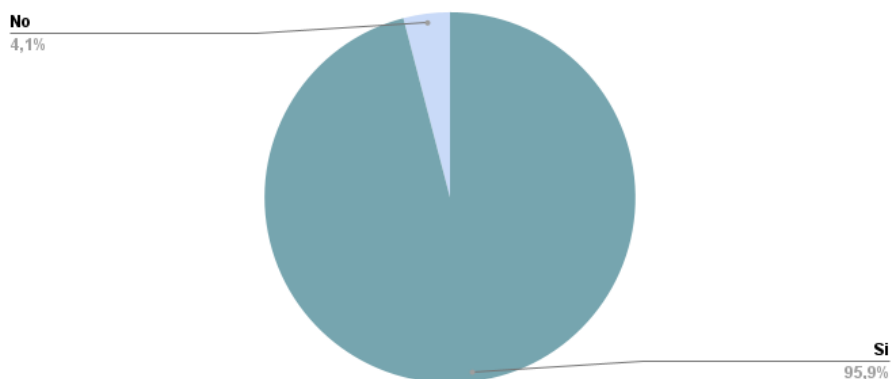
Posterior a la difusión y/o aplicación de encuesta por ambos medios previamente mencionados, se logró recopilar un total de 370 respuestas.

7.2 Resultados parciales

1. Sección “Identificación del sujeto de estudio”

Gráfico N°1: Segmentación por estado de alumno regular en USM Casa Central.

¿Eres estudiante de la Universidad Técnica Federico Santa María Campus Casa Central?

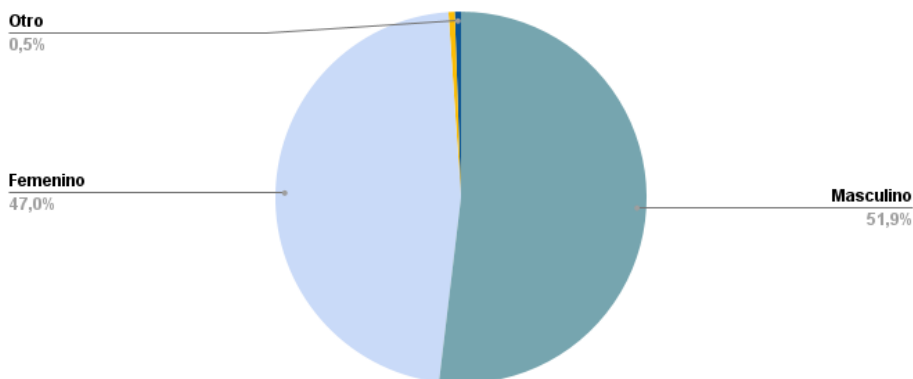


Fuente: Elaboración propia.

De un total de 370 encuestados, el 95,9% afirman estudiar en la USM campus Casa Central, mientras que el 4,1% afirman lo contrario.

Gráfico N°2: Segmentación por género.

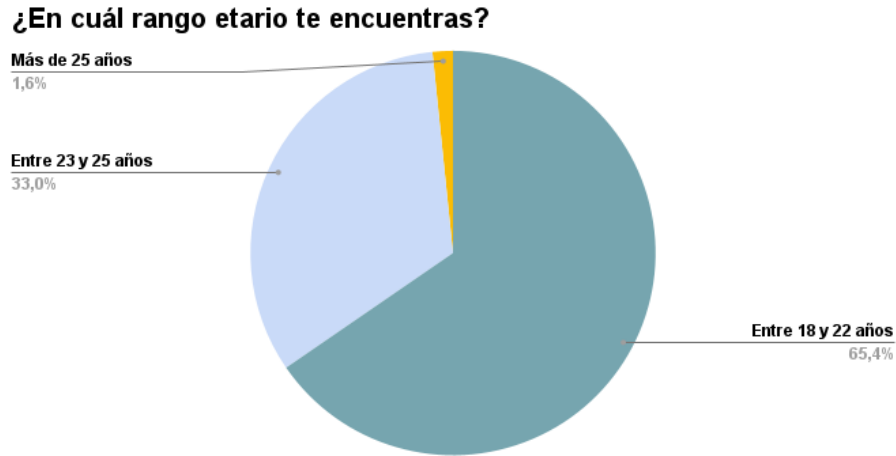
¿Con qué género te identificas?



Fuente: Elaboración propia.

Un 51,9% de los encuestados resultan ser de género masculino, un 47% de género femenino, un 0,5% se representa con otro género mientras que un 0,5% prefiere no dar a conocer el género con el que se identifican.

Gráfico N°3: Segmentación por rango etario.

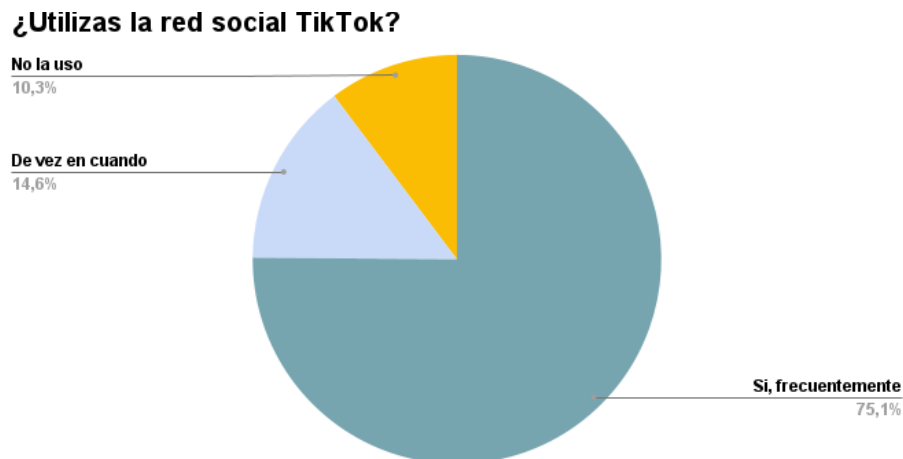


Fuente: Elaboración propia.

Un 65,4% de los encuestados se encuentran en un rango etario entre 18 y 22 años, un 33% entre 23 y 25 años, mientras que un 1,6% afirma tener más de 25 años.

2. Sección “Preguntas relacionadas a la red social TikTok”

Gráfico N°4: Uso de red social TikTok.



Fuente: Elaboración propia.

Un 75,1% de los encuestados afirma hacer uso frecuente de TikTok, un 14,6% la usa de vez en cuando y un 10,3% no hace uso de esta red social.

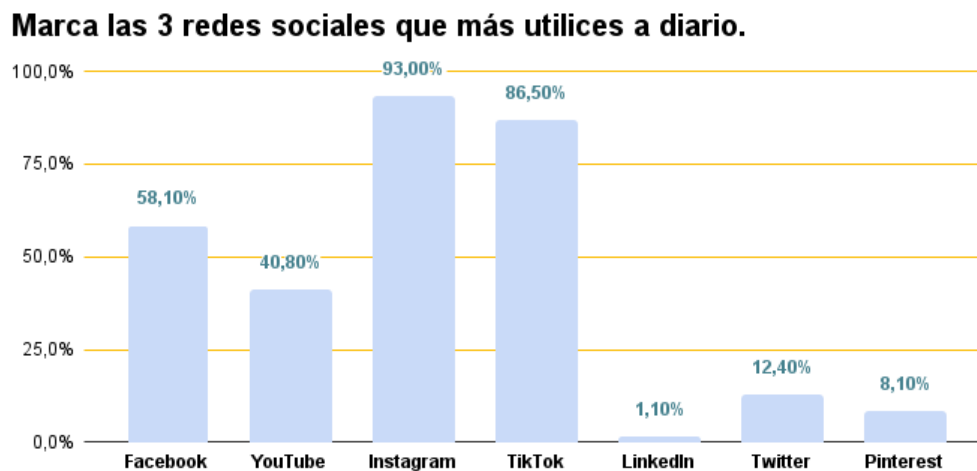
Gráfico N°5: Tiempo diario de uso de TikTok.



Fuente: Elaboración propia.

Un 55,9% usa alrededor de 1 y 3 horas diarias TikTok, un 28,4% la utiliza menos de 1 hora al día, un 10,5% la utiliza entre 3 y 5 horas diarias, mientras que un 5,1% la usa por más de 5 horas al día.

Gráfico N°6: Top 3 redes sociales más usadas.

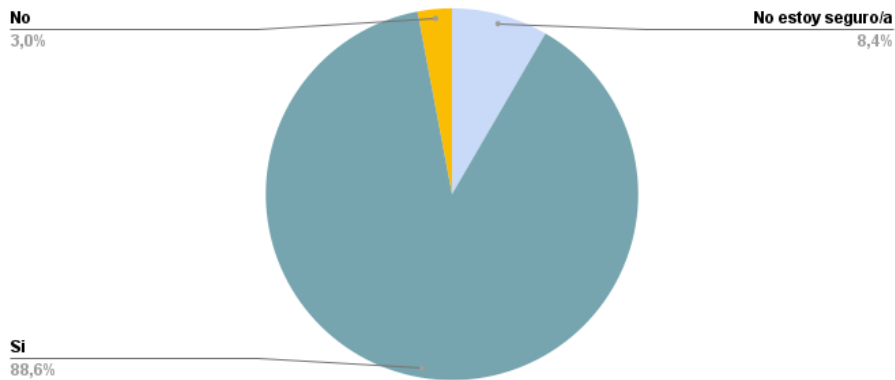


Fuente: Elaboración propia.

Dentro de las 3 redes sociales que más utilizan los encuestados destaca Instagram con un 93% de presencia, luego sigue TikTok con un 86,5% y finalmente se encuentra Facebook con un 58,1%.

Gráfico N°7: TikTok como método de promoción.

¿Consideras la red social TikTok un buen método de promoción de marcas?



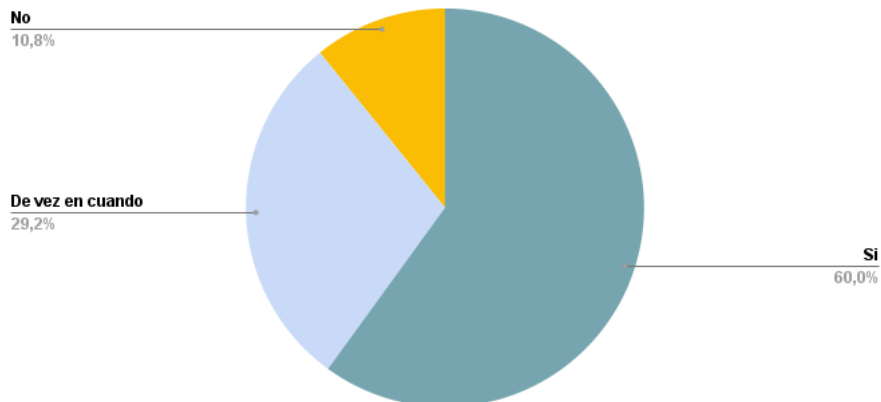
Fuente: Elaboración propia.

Un 88,6% si consideran que TikTok es un buen método de promoción de marcas, un 8,4% afirman no estar seguros y un 3% considera que no es un buen método de promoción.

3. Sección “Preguntas relacionadas al género urbano chileno”

Gráfico N°8: Consumo música género urbano chileno.

¿Sueles escuchar música del género urbano chileno?

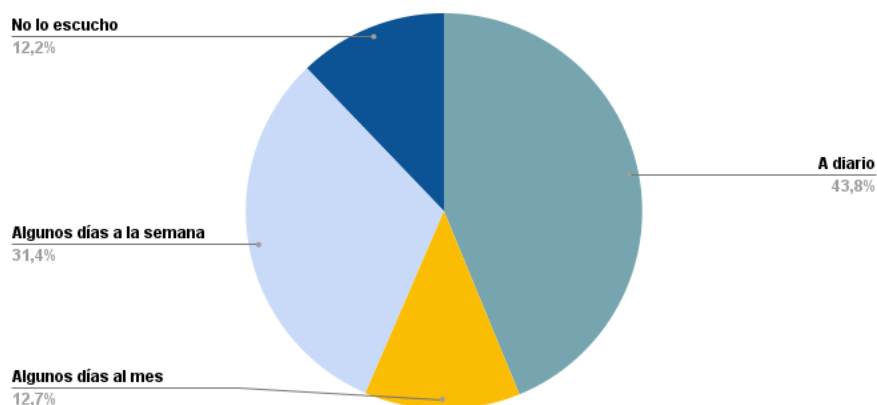


Fuente: Elaboración propia.

Un 60% si escucha música del género urbano chileno, un 29,2% lo escucha de vez en cuando, mientras que un 10,8% no escucha este género.

Gráfico N°9: Frecuencia de escucha música urbana chilena.

¿Con qué frecuencia escuchas este género musical?

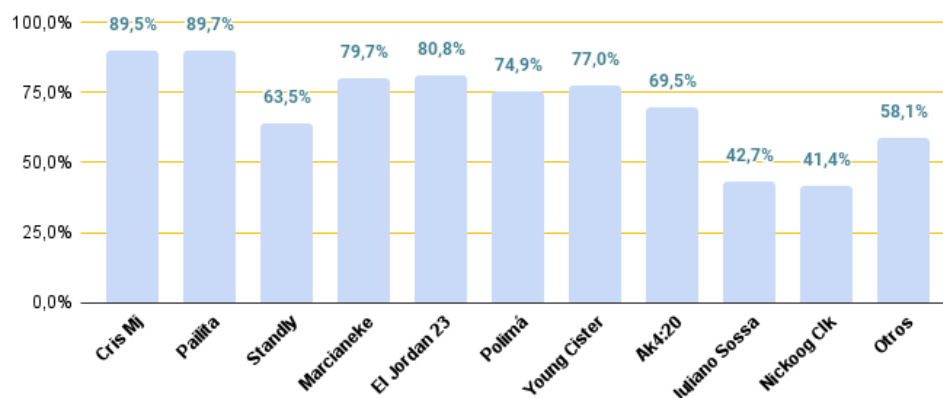


Fuente: Elaboración propia.

Un 43,8% escucha a diario el género urbano chileno, un 31,4% lo escucha algunos días a la semana, un 12,7% algunos días al mes, mientras que un 12,2% afirma no escuchar este género.

Gráfico N°10: Conocimiento de artistas urbanos chilenos.

De los siguientes artistas urbanos chilenos, ¿Cuáles has escuchado? Marca más de una opción.



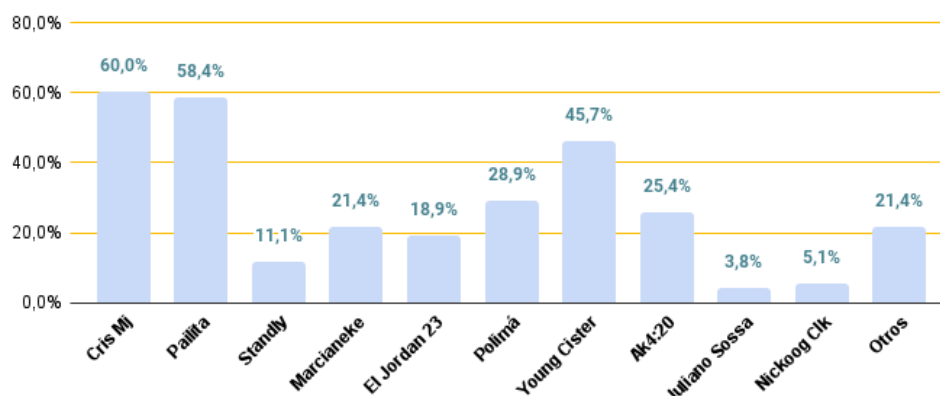
Fuente: Elaboración propia.

Dentro de los artistas urbanos chilenos que más han escuchado los encuestados destaca Pailita con un 89,7%, luego sigue Cris Mj con un 89,5%, luego El Jordan 23 con un 80,8%, Marcianeke con un 79,7%, Young Cister con un 77%, Polimá Westcoast con un 74,9%, Ak4:20 con un 69,5%, Standly con un 63,5%, otros artistas

no mencionados con un 58,1%, Juliano Sossa con un 42,7% y Nickoog Clk con un 41,4%.

Gráfico N°11: Top 3 artistas preferidos.

De los siguientes artistas urbanos chilenos, ¿Cuáles son los que más te gustan? Marca solo 3 opciones.



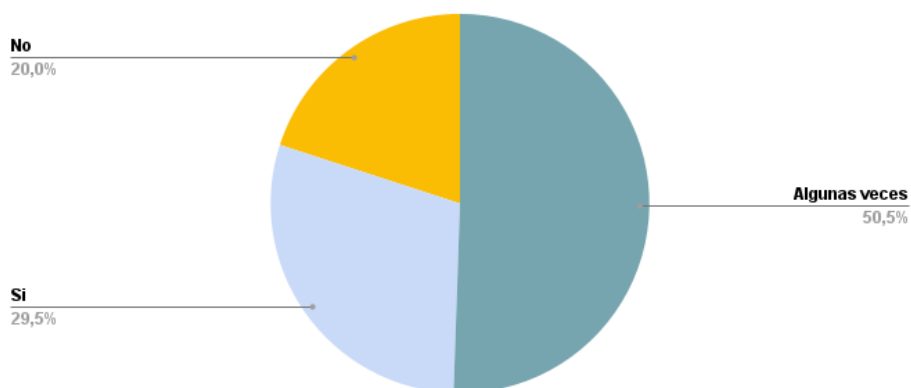
Fuente: Elaboración propia.

Dentro del Top 3 de artistas urbanos chilenos preferidos por los encuestados destaca Cris Mj con un 60%, sigue Pailita con un 58,4% y en tercer lugar se encuentra Young Cister con un 45,7%.

4. Sección “Preguntas centradas en el tema de investigación”

Gráfico N°12: TikTok como fuente de descubrimiento musical.

Al estar usando TikTok y escuchar música en esta red social, ¿sueles añadirla a tu lista de reproducción habitual?

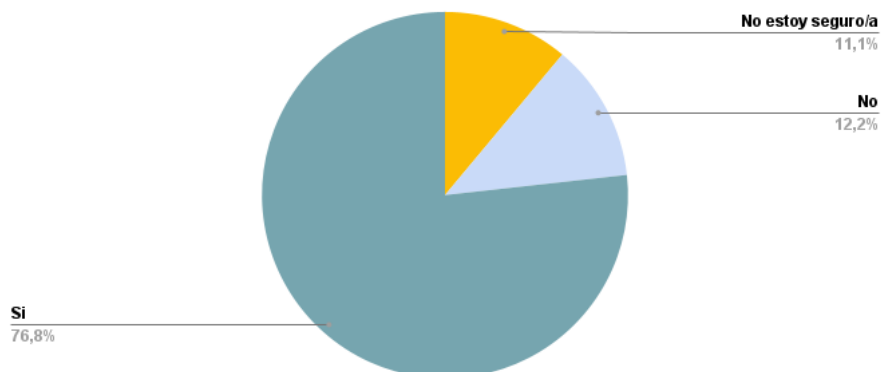


Fuente: Elaboración propia.

Un 29,5% agrega música escuchada en TikTok a su lista de reproducción habitual, un 50,5% lo hace algunas veces y un 20% no lo hace.

Gráfico N°13: TikTok como fuente de música nueva y en tendencia.

¿Consideras la red social TikTok como una fuente para obtener música nueva y en tendencia?

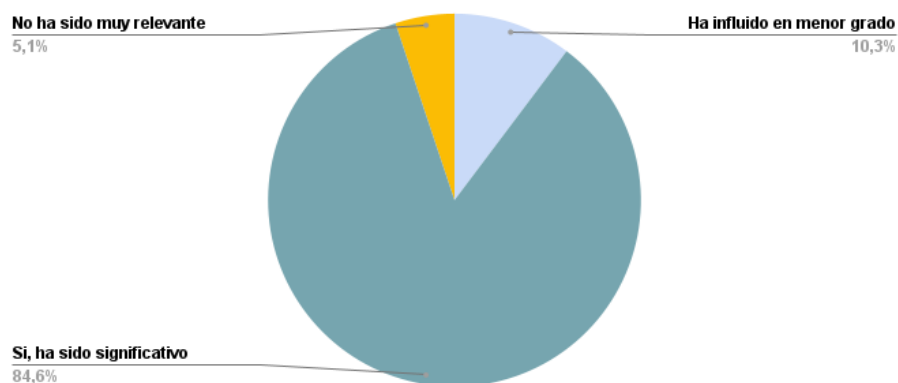


Fuente: Elaboración propia..

Un 76,8% si considera TikTok como una fuente para obtener música nueva y en tendencia, un 12,2% no considera que sea así, mientras que un 11,1% no está seguro.

Gráfico N°14: TikTok como impulsor del crecimiento de artistas urbanos chilenos.

¿Crees que TikTok ha servido para que los artistas urbanos chilenos se hagan conocidos y logren crecer?

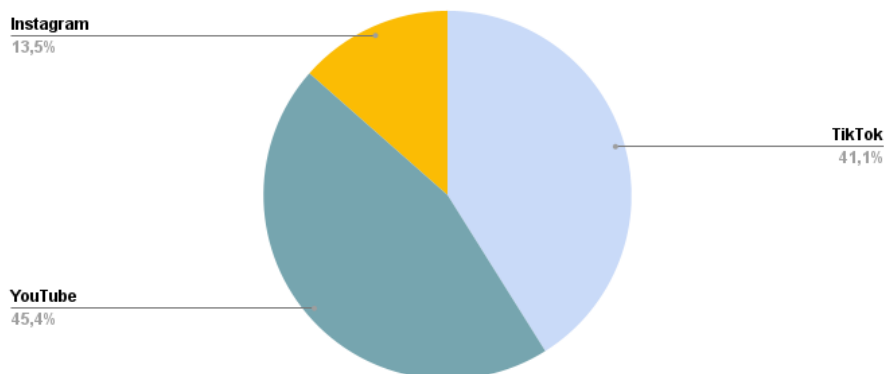


Fuente: Elaboración propia.

Un 84,6% considera que TikTok ha sido significativo en que los artistas urbanos chilenos se hagan conocidos y logren crecer, un 10,3% afirma que ha influido pero en menor grado y un 5,1% siente que no ha sido relevante.

Gráfico N°15: Redes sociales con mayor contenido del género urbano chileno.

¿En cuál de estas redes sociales sueles encontrar más contenido sobre el género urbano chileno?



Fuente: Elaboración propia.

Un 45,4% considera que en YouTube es donde se encuentra más contenido sobre el género urbano chileno, un 41,1% siente que es en TikTok y un 13,5% piensa que es en Instagram.

Tabla N°9: Resumen resultados parciales.

Búsqueda de información	Resultados parciales
Si estudia o no en la USM campus Casa Central	De un total de 370 encuestados, el 95,9% afirman estudiar en la USM campus Casa Central, mientras que el 4,1% afirman lo contrario.
Género del encuestado	Un 51,9% de los encuestados resultan ser de género masculino, un 47% de género femenino, un 0,5% se representa con otro género mientras que un 0,5% prefiere no dar a conocer el género con el que se identifican.
Rango etario en el que se encuentra	Un 65,4% de los encuestados se encuentran en un rango etario entre 18 y 22 años, un 33% entre 23 y

	25 años, mientras que un 1,6% afirma tener más de 25 años.
Uso de TikTok	Un 75,1% de los encuestados afirma hacer uso frecuente de TikTok, un 14,6% la usa de vez en cuando y un 10,3% no hace uso de esta red social.
Consumo diario en horas de TikTok	Un 55,9% usa alrededor de 1 y 3 horas diarias TikTok, un 28,4% la utiliza menos de 1 hora al día, un 10,5% la utiliza entre 3 y 5 horas diarias, mientras que un 5,1% la usa por más de 5 horas al día.
Top 3 redes sociales que más utiliza	Dentro de las 3 redes sociales que más utilizan los encuestados destaca Instagram con un 93% de presencia, luego sigue TikTok con un 86,5% y finalmente se encuentra Facebook con un 58,1%.
Si considera TikTok como buen método de promoción	Un 88,6% si consideran que TikTok es un buen método de promoción de marcas, un 8,4% afirman no estar seguros y un 3% considera que no es un buen método de promoción.
Si escucha música del género urbano chileno	Un 60% si escucha música del género urbano chileno, un 29,2% lo escucha de vez en cuando, mientras que un 10,8% no escucha este género.
Cada cuánto escucha música del género urbano chileno	Un 43,8% escucha a diario el género urbano chileno, un 31,4% lo escucha algunos días a la semana, un 12,7% algunos días al mes, mientras que un 12,2% afirma no escuchar este género.
Artistas urbanos chilenos que han escuchado	Dentro de los artistas urbanos chilenos que más han escuchado los encuestados destaca Pailita con un 89,7%, luego sigue Cris Mj con un 89,5%, luego El Jordan 23 con un 80,8%, Marcianeke con un 79,7%, Young Cister con un 77%, Polimá Westcoast con un 74,9%, Ak4:20 con un 69,5%,

	Standly con un 63,5%, otros artistas no mencionados con un 58,1%, Juliano Sossa con un 42,7% y Nickoog Clk con un 41,4%.
Top 3 artistas urbanos chilenos preferidos	Dentro del Top 3 de artistas urbanos chilenos preferidos por los encuestados destaca Cris Mj con un 60%, sigue Pailita con un 58,4% y en tercer lugar se encuentra Young Cister con un 45,7%.
Si TikTok sirve para descubrir música del gusto del usuario	Un 29,5% agrega música escuchada en TikTok a su lista de reproducción habitual, un 50,5% lo hace algunas veces y un 20% no lo hace.
Si TikTok sirve para descubrir música nueva y en tendencia	Un 76,8% si considera TikTok como una fuente para obtener música nueva y en tendencia, un 12,2% no considera que sea así, mientras que un 11,1% no está seguro.
Si TikTok influye en el crecimiento de los artistas urbanos chilenos	Un 84,6% considera que TikTok ha sido significativo en que los artistas urbanos chilenos se hagan conocidos y logren crecer, un 10,3% afirma que ha influido pero en menor grado y un 5,1% siente que no ha sido relevante.
Red social donde hay más contenido del género urbano chileno	Un 45,4% considera que en YouTube es donde se encuentra más contenido sobre el género urbano chileno, un 41,1% siente que es en TikTok y un 13,5% piensa que es en Instagram.

Fuente: Elaboración propia.

7.3 Análisis cualitativo

Tras las diversas lecturas relacionadas al tema de investigación y sus variables recopiladas en el estado del arte, tanto de carácter fundamental, específica como complementaria, se lleva a cabo una selección de antecedentes para realizar un análisis cualitativo, considerando solamente aquellas lecturas del tipo fundamental, ya que son aquellas más acertadas con la relación entre la red social TikTok y el

género urbano chileno, las cuales son capaces de plantear un escenario actual previo a la investigación.

En cuanto a las lecturas fundamentales, se considerarán un total de 6 fuentes bibliográficas, las cuales principalmente muestran diversos aportes cualitativos y estadísticos, algunas sobre la red social TikTok, otras sobre el género urbano y otras vinculadas a la relación de ambas variables y cómo de alguna forma impactan entre sí generando algún tipo de colaboración beneficiosa para ambas partes. Siendo estas lecturas aquellas que se presentan a continuación con su respectivo título, autor y año de elaboración:

1. TikTok, el nuevo camino hacia el éxito musical (Monitor Latino, 2023).
2. El fenómeno de TikTok para el Marketing Digital (Cerem Comunicación, 2022).
3. Así ha impactado TikTok en todo tipo de industrias en 2020, desde ciberseguridad a la música (Whateley, D. 2020).
4. Estadísticas de TikTok que tienes que conocer en 2023 (Kolsquare, 2023).
5. Una lista definitiva con más de 96 estadísticas sobre TikTok 2023 (Woolf, M. 2023).
6. Nuevo estudio revela cómo TikTok está cambiando la industria de la música para marcas, artistas, públicos y compañías (TikTok, 2021).

Considerando la información entregada por aquellas lecturas en conjunto a los resultados parciales de la encuesta presentados previamente, se elabora un análisis cualitativo del tipo comparativo entre el escenario previo a la investigación sobre el tema a tratar y lo obtenido a través de este estudio.

Tabla N°10: Comparación entre información previa y resultados parciales encuesta.

Tema	Escenario previo	Resultados parciales estudio actual
Uso de TikTok	De una población actual en Chile de 19.493.000 habitantes (aprox.), un total	Dentro de un universo de 370 personas, un 75,1% hace uso de TikTok.

	de 11.250.000 son usuarios de TikTok.	
Tiempo de consumo en TikTok	Según estudios, los chilenos le dedican entre 30 minutos y 2 horas diarias al uso de TikTok.	La mayoría de los usuarios hace uso de TikTok entre 1 y 3 horas diarias, o la usan por menos de una hora.
Top 3 redes sociales más usadas en Chile	Las redes sociales más usadas en Chile en 2023 son YouTube, Facebook y TikTok, respectivamente.	Las 3 redes sociales más usadas son Instagram, TikTok y Facebook, respectivamente.
TikTok como método de promoción	TikTok ha causado furor como herramienta de promoción y marketing digital para crear campañas de publicidad y hacer anuncios.	Si es considerado TikTok como un buen método de promoción de marcas.
Escucha del género urbano chileno	Según un informe anual de la SCD 2023, la música urbana es por lejos la música más escuchada en Chile, llegando el género urbano a ser uno de los más escuchados a nivel internacional.	Dentro de un universo de 370 personas, el 60% afirma escuchar música del género urbano chileno.
Frecuencia de escucha de música urbana chilena	No hay mayor información.	La mayoría de los usuarios suelen escuchar este género musical a diario o algunos días a la semana.
Conocimiento sobre el Top 10 de artistas	El Top 10 de artistas chilenos urbanos más conocidos hasta 2022 se	El Top 10 de artistas urbanos chilenos según cifras de Spotify 2022 son conocidos

urbanos chilenos según Spotify 2022	conforma por Cris MJ, Pailita, Standly, Marcianeke, El Jordan 23, Polimá Westcoast, Young Cister, AK4:20, Juliano Sossa, Nickoog Clk.	variando entre un 89,7% y 41,4% entre las respuestas de los encuestados.
Top 3 artistas urbanos chilenos favoritos en Chile	El Top 3 de artistas chilenos más escuchados hasta 2022 son Cris Mj, Pailita y Standly, respectivamente.	El Top 3 de artistas urbanos chilenos preferidos se conforma por Cris Mj, Pailita y Young Cister.
TikTok como fuente para descubrir música del gusto del usuario	Algunos artículos mencionan que luego de escuchar música en TikTok, algunos usuarios trasladan aquellas canciones a plataformas musicales.	Un poco más de la mitad de los encuestados suele añadir música que escuchó en TikTok a su lista de reproducción habitual.
TikTok como fuente de música nueva y en tendencia	TikTok es considerada una aplicación que vincula sus contenidos con música, que luego se suele convertir en tendencia.	Un 76,8% considera TikTok una fuente para obtener música nueva y en tendencia.
Crecimiento de artistas incrementado por TikTok	TikTok cuenta una relación estrecha con la industria musical, permitiendo a los usuarios descubrir nuevos artistas y hacer crecer a estos cantantes.	Un 84,6% del universo consideran que el crecimiento de los artistas ha sido significativo gracias a TikTok.
Redes sociales con mayor contenido del	YouTube, Facebook, TikTok e Instagram son	Las redes sociales donde se encuentra más contenido del

género urbano chileno	consideradas las mejores redes sociales para promocionar artistas y con ello publicar más contenido de este género musical.	género urbano chileno son YouTube, TikTok e Instagram, respectivamente.
-----------------------	---	---

Fuente: Elaboración propia.

Como se ve anteriormente, se presentan bastantes similitudes entre el escenario previo a la investigación y los resultados parciales propios del estudio, donde incluso surgen tendencias tanto sobre cada una de las variables a tratar, TikTok y el género urbano chileno, como del tema central de la investigación que consiste en la relación de ambos factores. A su vez, la encuesta fue vital para conocer en mayor detalle aspectos que no habían sido contemplados en artículos sobre el tema, como lo es la frecuencia en que los usuarios chilenos reproducen música del género urbano chileno. Además, es de utilidad para actualizar datos que correspondían al año anterior, como lo es por ejemplo la preferencia de artistas según un estudio de Spotify sobre 2022 en Chile.

8. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados finales de la investigación tras realizar los pasos de la aplicación metodológica y obtener los resultados parciales.

Entrando de lleno con los resultados, al aplicar la encuesta se obtuvieron un total de 370 respuestas, con 8 encuestados por sobre lo necesario para cumplir con la muestra representativa. Los resultados serán agrupados en 4 categorías acorde al tipo de información que se buscaba obtener, correspondientes a las categorías TikTok, género urbano chileno, vinculación de ambas variables y la comparación del escenario previo a la investigación con los resultados de las metodologías propias de este estudio.

Los resultados finales son extraídos a través de los gráficos generados en la encuesta como tal y mediante un análisis del Excel con el total de las respuestas.

En primer lugar, en cuanto a las segmentaciones aplicadas, cabe destacar que los resultados se basan en respuestas de estudiantes de la USM Campus Casa Central, donde las respuestas entre género masculino y femenino no varían mucho, siendo 51,5% y 47% respectivamente, habiendo respuestas principalmente de dos rangos etarios, entre 18 y 22 años con un 65,4% y entre 23 y 25 años con un 33%.

8.1 Resultados TikTok

Referente a la variable TikTok de la investigación, 278 encuestados correspondientes al 75,1% de la muestra hacen uso de esta red social, siendo usada mayormente por 207 individuos entre 1 y 3 horas diarias equivalente a un 55,9% del total de encuestados. A su vez, TikTok queda posicionada como la segunda red social más usada a diario con un total de 320 selecciones, mientras que Instagram se lleva el primer lugar con un total de 344 inclinaciones hacia aquella aplicación. En cuanto a TikTok como método de promoción de marcas, un total de 328 respuestas equivalentes a un 88,6%, indican que si es un buen método de promoción.

8.2 Resultados genero urbano chileno

En cuanto al consumo de música urbana chilena, un 60% equivalente a 222 respuestas afirma escuchar este género musical. Un 43,8% igual a 162 preferencias escuchan esta música a diario, mientras que un 31,4% con 116 votos lo escuchan algunos días a la semana. En relación al Top 10 de artistas expuestos para saber si han escuchado a alguno de ellos, todos los artistas han presentado diversos porcentajes, siendo los más conocidos entre el público Pailita (89,7%), Cris Mj (89,5%), El Jordan 23 (80,8%) y Marcianeke (79,7%). En relación a los 3 artistas preferidos de la muestra, se encuentra Cris Mj (60%), Pailita (58,4%) y Young Cister (45,7%).

8.3 Resultados impacto de TikTok en el desarrollo y crecimiento de los artistas urbanos chilenos

Entrando de lleno en el foco de la investigación, un 50,5% equivalente a 187 respuestas, afirman añadir a su lista de reproducción habitual música que escuchan en TikTok. A su vez, un 76,8% igual a 284 votos, consideran que esta red social es una buena fuente para obtener música nueva y en tendencia. Mientras tanto un relevante 84,6% equivalente a 313 selecciones, consideran que la red social TikTok ha sido significativa para que los artistas urbanos chilenos crezcan y se hagan conocidos. Por último, en relación a que red social muestra mayor contenido sobre el género urbano chileno, TikTok se encuentra en el segundo lugar con un total de 152 preferencias igual a un 41,1% de las respuestas, quedando por debajo de YouTube que posee 168 votos con un porcentaje igual a 45,4%.

8.4 Comparación escenario antes y después de la investigación

De la población actual en Chile hasta inicios del 2023 equivalente a 19.493.000, el 57,7% corresponde a usuarios registrados en TikTok, mientras que, del total de 370 encuestados en este estudio, el 75,1% hace uso de TikTok. A su vez, el público previo a la investigación dice hacer uso de aquella red social entre 30 minutos y 2 horas al día, mientras que la encuesta refleja que mayormente usan la red social entre 1 y 3 horas diarias. El Top 3 de redes sociales más usadas se ve un tanto

alterado, pasando de ser YouTube, Facebook y TikTok, a ser Instagram, TikTok y Facebook, respectivamente. En cuanto a TikTok como método de promoción y/o marketing digital, desde ya hace un tiempo venía siendo considerado como un método bastante factible, efectivo y veloz.

El género urbano chileno ya se consideraba como uno de los géneros musicales más escuchados en Chile, aumentando cada vez más las preferencias en el público, siendo conocidos gran parte de los artistas que representan actualmente este movimiento. En cuanto al Top 3 de artistas preferidos por el público o más escuchados varía en un solo artista, pasando de ser Cris Mj, Pailita y Standly, a ser Cris Mj, Pailita y Young Cister.

En cuanto al tema de investigación, ambos escenarios son similares, TikTok es considerada buena fuente de música en tendencia y nueva, que mayormente luego de escucharla suele ser añadida a listas de reproducción habitual en otras plataformas y se la atribuye significativo reconocimiento en el crecimiento, desarrollo y visibilidad de los artistas. Por último. El Top 3 de redes sociales con mayor contenido de este género musical se ve levemente alterado, pasando de ser YouTube, Facebook y TikTok a ser YouTube, TikTok e Instagram

9. CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las conclusiones del tema de estudio, generadas a partir de los resultados finales obtenidos a lo largo de la investigación, a través de diversas metodologías del tipo cualitativas y estadísticas. A su vez, se determina el cumplimiento o incumplimiento de los objetivos, y la resolución al tema de estudio.

9.1 Conclusiones de los análisis

Los análisis arrojan que hay una correlación entre ambas variables estudiadas, las cuales se vinculan y benefician mutuamente, además de presentarse ambas en su apogeo.

En relación a TikTok, posee un buen posicionamiento dentro de la industria total de redes sociales, esto debido a su elevado porcentaje de usuarios activos que la consumen a diario, a pesar de ser la segunda red social más usada. Es considerada un buen método de promoción de marcas y la segunda red social en presentar mayor contenido sobre el género urbano chileno, siendo considerada relevante en el crecimiento y desarrollo de los artistas urbanos chilenos. Lo anterior se debe a que es considerada mayormente como una fuente para descubrir música nueva, en tendencia y del gusto de los usuarios, gracias a su algoritmo, que les termina interesando y la añaden a sus plataformas de reproducción habitual. Es por ello que el consumo de música urbana chilena se posiciona dentro de los géneros más escuchados en Chile actualmente, formando parte del consumo diario y semanal de muchos jóvenes y adultos; logrando a su vez ser conocidos gran parte del Top 10 de artistas urbanos chilenos, y quedando en la cima como los favoritos Cris Mj, Pailita y Young Cister.

Por último, frente a la comparación del escenario de antes y después de la investigación, los datos varían levemente y son de utilidad para actualizar el tema de estudio, a su vez, se generan ciertas tendencias que confirman la información estudiada, generando con ello las conclusiones presentadas en el párrafo anterior.

9.2 Conclusiones a partir de los objetivos

Ilustración N°4: Objetivo general de la investigación.

“Investigar cómo la red social TikTok influye en el crecimiento y desarrollo de los cantantes urbanos chilenos, abarcando los 10 artistas más escuchados en el país desde el año 2015 hasta inicios del 2023, mediante análisis cualitativos, estadísticos y encuestas, con el fin de entender cómo plataformas y tecnologías emergentes sirven como métodos de promoción de marcas.”

Fuente: Elaboración propia.

Considerando el objetivo general de la investigación, presentado en el cuadro anterior, se puede afirmar que el objetivo si se logró. Se investigó y aplicaron los análisis mencionados, que brindaron información suficiente para demostrar que la emergente red social TikTok si es considerada como un método de promoción de marcas, inclusive para los artistas urbanos chilenos, acelerando su prematuro crecimiento y demostrando a su vez que, si existe una correlación entre ambas variables estudiadas, generando un impacto positivo mutuo.

En cuanto al logro de los objetivos específicos, los dos primeros correspondientes a los Antecedentes del Estado del Arte, fueron cumplidos en su mayoría. Se revisaron y leyeron un total de 40 artículos que dieron base al estudio, de diversas fuentes incluyendo TikTok y Spotify como se menciona en el segundo objetivo específico. Sin embargo, no fue posible encontrar datos significativos desde la plataforma YouTube.

1. *Identificar y revisar los diversos referentes bibliográficos sobre TikTok y los cantantes urbanos chilenos.*
2. *Obtener datos generados por TikTok, Spotify y YouTube para analizar la red social y las variaciones en reproducciones de los artistas urbanos chilenos.*

Continuando con el tercer y cuarto objetivo específico, sobre la Descripción y/o Caracterización del Sujeto de Estudio y la elaboración del Marco Teórico, fueron

cumplidos en su totalidad, logrando entender en qué consiste el sujeto de estudio y sus principales características, para luego armar el marco teórico.

3. *Plantear y ordenar las principales características de la red social TikTok y los 10 cantantes urbanos chilenos más escuchados en el país.*
4. *Establecer un marco teórico de acuerdo a los objetivos presentados en el Estado del Arte y en la Caracterización del Sujeto.*

Entrando en la Propuesta de la Metodología del trabajo, conformada por cuatro objetivos específicos. Se logró diseñar la encuesta, la cual fue revisada por expertos y modificada acorde al criterio de ellos y personal, estableciendo el modelo original por aplicar. A su vez, se seleccionaron 6 lecturas fundamentales para permitir realizar un análisis cualitativo.

5. *Diseñar una encuesta para entender la influencia de las redes sociales en las preferencias musicales de individuos.*
6. *Aplicar la encuesta a usuarios de TikTok y que escuchen música chilena del género urbano dentro de la USM Casa Central.*
7. *Recopilar y analizar todos los resultados obtenidos de la encuesta previamente mencionada para realizar análisis estadístico.*
8. *Seleccionar los datos cualitativos más relevantes obtenidos anteriormente en antecedentes del Estado del Arte, para analizarlos en profundidad en un análisis cualitativo.*

En relación a la Aplicación Metodología, se logró en su totalidad, aplicando la encuesta diseñada y consiguiendo los resultados parciales de la investigación.

9. *Desarrollar todos los pasos previstos en la propuesta de metodología específica, estableciendo los primeros resultados parciales.*

Luego en los Resultados, tras aplicar análisis del tipo estadístico y cualitativo, se consiguió obtener los resultados finales del trabajo, logrando el objetivo número 10.

10. *Generar los grandes resultados de la investigación a partir de la síntesis de resultados parciales obtenidos previamente.*

Finalmente, en Conclusiones y Recomendaciones, gracias a los resultados obtenidos de la investigación por los dos análisis aplicados, se logró concluir y presentar una serie de recomendaciones, cumpliendo con los dos últimos objetivos específicos.

11. Concluir en base al aporte de resultados obtenidos sobre el impacto de la red social TikTok en el crecimiento y desarrollo de la industria musical urbana chilena.

12. Recomendar en base a lo aprendido sobre el proceso de investigación y las metodologías aplicadas, desde un punto de vista profesional, de aplicación y personal.

9.3 Resolución al tema de investigación

A lo largo del trabajo, se logró cumplir con la metodología estipulada y abordar el tema estudiado, entendiendo los factores subyacentes y logrando vincular las variables comprendiendo su correlación. Se evidenció como a medida que transcurre el tiempo surgen nuevas herramientas y tecnologías que van reemplazando o mejorando las estrategias o medidas tradicionales de determinadas industrias, en este caso específico, de marketing y de promoción; logrando con ello resultados en el corto plazo más rápidos y efectivos, como un mejor posicionamiento, captación de público y fidelización.

10. RECOMENDACIONES APLICADAS

En el siguiente capítulo, se presentan una serie de recomendaciones generadas a partir de lo aprendido en este proceso de investigación.

En primer lugar, es recomendable al momento de iniciar este tipo de trabajo, tener bases sólidas o nociones sobre las diversas áreas que conforman la carrera Ingeniería Comercial. Esto debido a que, si bien la investigación consiste principalmente en las áreas, marketing y promoción, a medida que se va avanzando en el proceso surgen temáticas de áreas como estrategias, matemáticas y econometría, al momento de realizar los diversos análisis planteados. Por ende, es vital tener conocimientos previos que faciliten la ejecución del trabajo y que te brinden las herramientas necesarias para conseguir tus objetivos de estudio.

A su vez, al estar abordando un tema específico, es importante investigar bastante al respecto, para que, en el transcurso del desarrollo teórico de la tesis, no se vuelva un tanto reiterativo y se cuente con información suficiente y variada para explicar el tema abordado y no repetir constantemente lo mismo.

Entrando de lleno en la aplicación de la memoria, es vital organizar los tiempos de cada una de las etapas, ya que suelen haber procesos que deben terminar para dar paso al siguiente capítulo; sin embargo, hay algunas etapas que pueden realizarse simultáneamente con otras, por lo que se optimizarían los tiempos, ya que este es un factor que limita la investigación en caso de no saber aprovecharlos.

Por último, a nivel personal, para llevar a cabo un trabajo de este tipo que conlleva una exhaustiva investigación, es recomendable poseer bastante tiempo disponible para conseguir los objetivos, además de ser organizado para no pasar por alto detalles que parecen mínimos en el estudio, pero que en verdad hacen la diferencia.

11. CITAS BIBLIOGRÁFICAS

[1] La REDvolución digital chilena: un análisis del uso de redes sociales año 2023 – Warketing. (Dakota del Norte). Warketing.cl. Recuperado el 14 de agosto de 2023, de <https://warketing.cl/la-redvolucion-digital-chilena-un-analisis-del-uso-de-internet-y-redes-sociales-ano-2023/>

[2] Contenido_ce. (2022, 13 de julio). Redes sociales en Chile: ¿En qué punto se encuentran? Entel Comunidad Empresas. <https://ce.entel.cl/articulos/las-redes-sociales-en-chile/>

[3] Grupo Bit. (Dakota del Norte). ¿Qué tan efectivas son las promociones para una marca? Grupobit.net. Recuperado el 22 de Agosto de 2023, de <https://business-intelligence.grupobit.net/blog/como-funcionan-sus-promociones-en-la-decision-de-compra-del-consumidor>

[4] Santiago se confirma como capital mundial del reggaetón y suma artistas chilenos al reinado. (2022, 19 de mayo). La Tercera. <https://www.latercera.com/culto/2022/05/19/santiago-se-confirma-como-capital-mundial-del-reggaeton-y-suma-artistas-chilenos-al-reinado/>

[5] Vergara. (Dakota del Norte). Así funciona la industria de la música urbana en Chile. Udp.cl. Recuperado el 22 de agosto de 2023, de <https://multimedia.vergara240.udp.cl/asi-funciona-la-industria-de-la-musica-urbana-en-chile/index.html>

[6] Chile, CNN (2022, 30 de noviembre). Músicos chilenos lideran la lista de lo más escuchado en Spotify . CNNChile. https://www.cnnchile.com/cultura/chilenos-mas-escuchados-spotify_20221130/

[7] (N.d.). Rae.Es. Retrieved September 13, 2023, from <https://dpej.rae.es/lema/red-social>

[8] Molano, J. (2023, August 14). Qué es un influencer, qué tipos existen y ejemplos. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-influencers>

- [9] Mesquita, R. (2018, July 23). ¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias. Rock Content - ES; Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- [10] Coutinho, V. (2017, December 1). Promoción en el marketing: conoce a qué se refiere esta P de la mezcla. Rock Content - ES; Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en-el-marketing/>
- [11] ¿Qué es Spotify? (n.d.). Spotify. Retrieved September 13, 2023, from <https://support.spotify.com/es/article/what-is-spotify/>
- [12] Senra, I. (2020, January 28). Qué es Youtube. Arimetrics. <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/youtube>
- [13] Rodríguez, E. B. (2023, January 31). Qué es el Auto Tune, qué cantantes lo utilizan y por qué no se puede usar en el Benidorm Fest. AS.com. <https://as.com/tikitakas/que-es-el-auto-tune-que-cantantes-lo-utilizan-y-por-que-no-se-puede-usar-en-el-benidorm-fest-n/>
- [14] Marketing Digital. (n.d.). RD Station. Retrieved September 14, 2023, from <https://www.rdstation.com/es/marketing-digital/>
- [15] LOS. (2019, January 16). ¿Qué es el trap y cuáles son sus máximos exponentes? LOS40. https://los40.com/los40/2019/01/16/musica/1547645386_647009.html
- [16] Martínez, L. (2013, August 23). ¿Qué es el hip hop? Muy Interesante. <https://www.muyinteresante.es/curiosidades/26701.html>
- [17] López, P. (2022, May 24). Qué es el reggaetón y su origen. Www.mundodeportivo.com/uncomo. <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/educacion/articulo/que-es-el-reggaeton-y-su-origen-52269.html>
- [18] Abella, J. (2017, December 5). GÉNERO URBANO - Toda la info sobre sus Orígenes. LaCarne Magazine. <https://lacarnemagazine.com/genero-urbano-derivaciones-musicales/>

- [19] Verdejo, N. (2021, September 27). *Cómo obtener el top de artistas y canciones de una cuenta Spotify en cualquier momento del año*. *WWWhat's new*; *Wwwwhatsnew*. <https://wwwwhatsnew.com/2021/09/27/como-obtener-el-top-de-artistas-y-canciones-de-una-cuenta-spotify-en-cualquier-momento-del-ano/>
- [20] Newberry, C. (2023, March 27). *Todo sobre el algoritmo de TikTok + consejos para hacerte viral en 2023*. *Social Media Marketing & Management Dashboard*. <https://blog.hootsuite.com/es/algoritmo-de-tiktok/>
- [21] Usuario. (n.d.). *Ryte.com*. Retrieved September 14, 2023, from <https://es.ryte.com/wiki/Usuario>
- [22] (N.d.). *Indeed.com*. Retrieved September 14, 2023, from <https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/como-encontrar-empleo/que-hace-artista>
- [23] QuestionPro, C. (2016, July 9). *Generacion Z: Todo lo que necesitas saber de ellos*. *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/generacion-z/>
- [24] Guillén, A. (2018, May 21). *Generación T: la generación que heredará el mundo*. *BBVA*. <https://www.bbva.com/es/generacion-t-generacion-heredara-mundo/>
- [25] Pino, N. R. (2022, September 7). *¿Qué es Facebook, para qué sirve y cómo funciona esta red social?* *Webescuela | Cursos Online de Marketing Digital*. <https://webescuela.com/facebook-que-es-como-funciona/>
- [26] Preguntas frecuentes para usuarios nuevos. (n.d.). *Twitter*. Retrieved September 14, 2023, from <https://help.twitter.com/es/resources/new-user-faq>
- [27] Lavagna, E. (2023, February 9). *¿Qué es Instagram y para qué sirve esta red social?* *Webescuela | Cursos Online de Marketing Digital*. <https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirve/>

12. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

(N.d.). TikTok: Usuarios y Estadísticas (2023). Com.mx. Retrieved September 16, 2023, from <https://www.primeweb.com.mx/tiktok-estadisticas>

(N.d.-d). Desarrolloscreativos.net. Retrieved September 16, 2023, from <https://desarrolloscreativos.net/redes-sociales/ventajas-y-desventajas-de-tiktok/>

24horas. (n.d.). El lado social y humano detrás del boom de la música urbana. 24horas. Retrieved September 16, 2023, from <https://www.24horas.cl/tendencias/espectaculosycultura/el-lado-social-y-humano-detras-del-boom-de-la-musica-urbana-4987972>

24horas. (n.d.-b). Qué es y las consecuencias que genera el “Cerebro TikTok” en niños y adolescentes. 24horas. Retrieved September 16, 2023, from <https://www.24horas.cl/tendencias/tecnologia-y-ciencias/que-es-y-las-consecuencias-que-genera-el-cerebro-tiktok>

Barraza, C. 12 Ventajas y desventajas de TikTok. (2023, June 8). <https://barrazacarlos.com/es/ventajas-y-desventajas-detiktok/>

Bastero, M. (2023, January 25). Historia de TikTok: claves, curiosidades y evolución de la red social a la que todos quieren imitar. Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. <https://marketing4ecommerce.cl/historia-de-tiktok-que-es/>

Brandwatch. La influencia de TikTok en las 5 grandes plataformas de redes sociales. Retrieved September 16, 2023, from <https://www.brandwatch.com/es/blog/tiktok-influence-on-social-networks/>

Cerem Global Business School. (n.d.). ¿Qué debes saber de TikTok para tu estrategia de marketing digital? Cerem.es. Retrieved September 16, 2023, from <https://www.cerem.es/blog/el-fenomeno-de-tiktok-para-el-marketing-digital>

CNN Chile. (2022, November 30). Músicos chilenos lideran la lista de lo más escuchado en Spotify. https://www.cnnchile.com/cultura/chilenos-mas-escuchados-spotify_20221130/

Contreras, E. (2022, November 30). Los artistas, canciones y podcast más escuchados en Spotify en 2022: música local subió 67% en Chile. BioBioChile. <https://www.biobiochile.cl/noticias/artes-y-cultura/musica/2022/11/30/los-artistas-canciones-y-podcast-mas-escuchados-en-spotify-en-2022-musica-local-subio-67-en-chile.shtml>

Coutinho, V. (2017, December 1). Promoción en el marketing: conoce a qué se refiere esta P de la mezcla. Rock Content - ES; Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en-el-marketing/>

Entel Comunidad Empresas. Redes sociales en Chile: ¿En qué punto se encuentran? (n.d.). Retrieved September 16, 2023, from <https://ce.entel.cl/articulos/las-redes-sociales-en-chile/>

Epsilon, E. P. (2016, October 30). Estrategia de promoción en redes sociales efectivas. Epsilon. <https://www.epsilontec.com/las-estrategias-mas-efectivas-de-promocion-en-redes-sociales/>

Fernández, Y. (2021, April 7). Qué es TikTok, de dónde viene y qué ofrece la red social de vídeos. Xataka.com; Xataka Basics. <https://www.xataka.com/basics/que-tiktok-donde-viene-que-ofrece-red-social-videos>

G., I. W. A. (1681929057000). Impacto de TikTok en nuestra sociedad. LinkedIn.com. <https://es.linkedin.com/pulse/impacto-de-tiktok-en-nuestra-sociedad-ing-walter-angelo-guzman-h->

Iamrap.Es. Retrieved September 16, 2023, from <https://www.iamrap.es/articulo/lifestyle/eres-artista-aprende-promocionar-musica-trabajos-internet/20230302160608084334.html>

La Tercera. Santiago se confirma como capital mundial del reggaetón y suma artistas chilenos al reinado. (2022, May 19). <https://www.latercera.com/culto/2022/05/19/santiago-se-confirma-como-capital-mundial-del-reggaeton-y-suma-artistas-chilenos-al-reinado/>

La Tercera. TikTok cumple cinco años: ¿Cómo esta red social se “adueñó” de la pandemia y se convirtió en la más usada del mundo? (2021, September 8). <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/tiktok-cumple-cinco-anos-como-esta-red-social-se-adueno-de-la-pandemia-y-se-convirtio-en-la-mas-usada-del-mundo/4U6ASHQZ6ZGP7JREU6PVI4W63Y/>

López, M. N. (2023, January 5). Cosas malas de TikTok: ¡descúbrelas! Campus Training. <https://www.campustraining.es/noticias/cosas-malas-tiktok/>

Marketing Insider Review. ¿Cómo está posicionada TikTok en Chile respecto a otros países? (2020, September 21). <https://marketinginsiderreview.com/tiktok-en-chile/>

Mesquita, R. (2018, July 23). ¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias. Rock Content - ES; Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

Molano, J. (2023, August 14). Qué es un influencer, qué tipos existen y ejemplos. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-influencers>

MonitorLATINO. Tik-Tok, el nuevo camino hacia el éxito musical^[OBJ] - Sistema de monitoreo musical. (2023, March 17). Sistema de monitoreo musical | monitorLATINO; <https://www.monitorlatino.com/negocios-de-la-musica/tik-tok-el-nuevo-camino-hacia-el-exito-musical%E1%BB%82/>

MonitorLATINO. Tips de TikTok para músicos - Sistema de monitoreo musical. (2022, March 9). Sistema de monitoreo musical | monitorLATINO; <https://monitorlatino.com/negocios-de-la-musica/tips-de-tiktok-para-musicos/>

Puroperiodismo. (2022, June 8). Escena urbana en Chile: El impacto que ha provocado el género más escuchado del país. Puroperiodismo. <http://www.puroperiodismo.cl/escena-urbana-en-chile-el-impacto-que-ha-provocado-el-genero-mas-escuchado-del-pais/>

Rae.Es. (N.d.-e). Retrieved September 16, 2023, from <https://dpej.rae.es/lema/red-social>

Rezador, P. (2019, October 21). Crítica al Reggaetón: 7 puntos a favor y 7 en contra del género urbano en general. Pecayreza.com. <https://pecayreza.com/tema/critica-al-reggaeton-7-puntos-a-favor-y-7-en-contra/>

Roa, M. M. (2022, October 13). El meteórico ascenso de TikTok. Statista. <https://es.statista.com/grafico/28454/numero-de-usuarios-activos-de-redes-sociales-seleccionadas-a-nivel-mundial/>

Rodriguez, V. P. (2020, December 8). Así ha impactado TikTok en todo tipo de industrias en este 2020, desde la ciberseguridad a la música, según el análisis de cientos de directivos. Business Insider España. <https://www.businessinsider.es/impacto-tiktok-ciberseguridad-musica-769473>

Rojas, F. N. (2022, May 23). Cambio generacional con todo: Lo que revela los géneros más consumidos por chilenos en Spotify. Rock&Pop. <https://www.rockandpop.cl/2022/05/cambio-generacional-con-todo-lo-que-revela-los-generos-mas-consumidos-por-chilenos-en-spotify/>

Ruiz, M. (2022, May 21). Spotify destacó el crecimiento del género urbano chileno en la plataforma. sabes.cl. <https://sabes.cl/2022/05/21/spotify-destaco-el-crecimiento-del-genero-urbano-chileno-en-la-plataforma/>

Sabin-Darget, A. (2022, January 27). Estadísticas de TikTok que tienes que conocer en 2023. Kolsquare. <https://www.kolsquare.com/es/blog/estadisticas-de-tiktok-que-tienes-que-conocer-en-2023/>

Senra, I. (2020, January 28). Qué es Youtube. Arimetrics. <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/youtube>

Shock. TikTok está tomando elementos de la industria musical para su crecimiento. (2020, June 2). <https://www.shock.co/musica/tiktok-esta-tomando-elementos-de-la-industria-musical-para-su-crecimiento>

Spotify. ¿Qué es Spotify? (n.d.). Retrieved September 16, 2023, from <https://support.spotify.com/es/article/what-is-spotify/>

Statista. TikTok: número de usuarios en Chile hasta 2027. (n.d.). Retrieved September 16, 2023, from <https://es.statista.com/estadisticas/1369678/numero-de-usuarios-de-tiktok-en-chile/>

Statista. Tipos de publicaciones más compartidas entre los usuarios mundiales de TikTok en 2020. (n.d.). Retrieved September 16, 2023, from <https://es.statista.com/estadisticas/1218991/tipos-de-contenido-mas-compartido-entre-los-usuarios-de-tiktok-del-mundo/>

TikTok. (2021, June 16). Un nuevo estudio revela cómo TikTok está cambiando la industria de la música para las marcas, los artistas, el público y las compañías. TikTok. <https://newsroom.tiktok.com/es-es/estudio-revela-como-tiktok-cambiando-industria-musica-marcas-artistas-publico-companias>

Vergara. (n.d.). Así funciona la industria de la música urbana en Chile. Udp.cl. Retrieved September 16, 2023, from <https://multimedia.vergara240.udp.cl/asi-funciona-la-industria-de-la-musica-urbana-en-chile/index.html>

Woolf, M. (2022, July 8). Una lista definitiva con más de 96 estadísticas sobre TikTok [2023]. Passport Photo Online. <https://passport-photo.online/es-es/blog/tiktok-estadisticas/>

13. ANEXOS

ANEXO 1: “Fichas bibliográficas”.

Tabla N°1: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“TikTok, el nuevo camino hacia el éxito musical”
Autor, Año	Monitor Latino, 2023
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.monitorlatino.com/negocios-de-la-musica/tik-tok-el-nuevo-camino-hacia-el-exito-musical%EF%BF%BC/
Descripción general	El estudio aborda cómo la red social TikTok impacta en la música y en la promoción de artistas y sus canciones, gracias a su algoritmo de recomendación de contenido y la capacidad de masificar contenidos.
Palabras claves	Plataforma de redes sociales, promoción de artistas y canciones, algoritmo de recomendación.
Conceptos y/o ideas fundamentales	“Canciones que se vuelven tendencia en TikTok a menudo terminan entrando al chart Viral 50 de Spotify. Y de acuerdo a un estudio de la propia plataforma, 67% de los usuarios buscan canciones en servicios de streaming después de oírlos en TikTok.”
Tipo de lectura	Fundamental.
Aporte específico	El artículo aporta información relevante para avalar cómo la red social TikTok efectivamente funciona como un medio de promoción para los artistas inmersos en la industria musical.
Materiales más significantes	Dentro de la materia más significativa del estudio, se encuentra el aporte de datos estadísticos.

Tabla N°2: Aporte a la relación de TikTok y el Género Musical Urbano en Chile.

Título	“Tips de TikTok para músicos”
Autor, Año	Monitor Latino, 2022
Referencia bibliográfica o dirección web	https://monitorlatino.com/negocios-de-la-musica/tips-de-tiktok-para-musicos/

Descripción general	El artículo se basa en ofrecer recomendaciones para músicos en relación a la red social TikTok, esto con el fin de facilitar el ingreso a la plataforma y aumentar la visibilidad del artista.
Palabras claves	Creación de contenidos, trends, interacción con seguidores.
Conceptos y/o ideas fundamentales	No se entrega alguna idea fundamental.
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	La lectura brinda información útil para conseguir el crecimiento de los artistas mediante la red social analizada, aportando conocimientos que complementan el cómo TikTok impacta al desarrollo de un artista musical urbano chileno.
Materiales más significantes	Dentro de la materia significativa, entrega un paso a paso para la generación de contenido en TikTok.

Tabla N°3: Aporte sobre las redes sociales en Chile.

Título	“Las redes sociales en Chile 2023 más usadas y cuántos usuarios tienen”
Autor, Año	Comunidad Empresas Entel, 2023
Referencia bibliográfica o dirección web	https://ce.entel.cl/articulos/las-redes-sociales-en-chile/
Descripción general	El artículo muestra información estadística relacionada al uso de redes sociales en Chile, además de indicar el TOP 8 de las más usadas y la cantidad de suscriptores de cada una.
Palabras claves	Redes sociales, usuarios, internet.
Conceptos y/o ideas fundamentales	TOP 8 redes sociales más usadas en Chile. Cantidad de usuarios inmersos en las redes sociales en Chile. Total de suscriptores en TikTok. Proyecciones de cantidad de usuarios. Redes sociales más usadas por los jóvenes.
Tipo de lectura	Fundamental.
Aporte específico	El estudio entrega información significativa para avalar el tema de investigación, además de complementar con información estadística bastante

		detallada y actualizada sobre las redes sociales y su uso en Chile.
Materiales significantes	más	Datos estadísticos varios actuales y relevantes para el desarrollo de la investigación, siendo considerablemente específicos y variados.

Tabla N°4: Aporte a la definición del Género Musical Urbano en Chile.

Título	“Santiago se confirma como capital mundial del reggaetón y suma artistas chilenos al reinado”
Autor, Año	La Tercera, 2022
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.latercera.com/culto/2022/05/19/santiago-se-confirma-como-capital-mundial-del-reggaeton-y-suma-artistas-chilenos-alreinado/#:~:text=Seg%C3%BAn%20cifras%20entregadas%20por%20la,los%20chilenos%20a%20nivel%20musical
Descripción general	El artículo se desarrolla en base al éxito de la industria musical urbana chilena, mencionando también a los principales artistas que han contribuido en aquel crecimiento. Mostrando cómo Chile dejó de ser un importador de música urbana, pasando a ser uno de los protagonistas en el desarrollo de este género musical.
Palabras claves	Plataforma Spotify, generación Z, colaboraciones con artistas internacionales.
Conceptos y/o ideas fundamentales	“Según cifras entregadas por la plataforma Spotify, el 40% del Top 50 de Chile está siendo ocupado por los artistas nacionales del género urbano...” “...la cantidad de reproducciones de la playlist Reggaetón Chileno creció durante el 2021 más de 2.600%...” “...las preferencias de la Generación Z, que representan el 35% de los jóvenes que más están consumiendo este género musical, seguidos por los de 25 a 29 años con un 28%.” “Es cada vez más frecuente ver colaboraciones entre artistas chilenos y figuras internacionales, que quieren ser parte del movimiento y de esta forma también consolidar su presencia en el país, hoy el Reggaetón Chileno está de moda.”
Tipo de lectura	Específica.

Aporte específico	El presente estudio aporta con información para definir con mayor profundidad el escenario actual de la industria musical urbana chilena, además de orientar hacia qué público apunta principalmente aquel género musical.
Materiales más significantes	Complementa con datos estadísticos sobre el estilo de música abordado en la investigación.

Tabla N°5: Aporte a la definición del Género Musical Urbano en Chile.

Título	“Así funciona la industria de la música urbana en Chile”
Autor, Año	Morales, F. y Jalil, G. 2023
Referencia bibliográfica o dirección web	https://multimedia.vergara240.udp.cl/asi-funciona-la-industria-de-la-musica-urbana-enchile/index.html#:~:text=Seg%C3%BAun%20informe%20de%20Spotify,donde%20todos%20son%20cantantes%20urbanos
Descripción general	El artículo define el escenario de la industria musical urbana chilena, plasmando sus principales características, los representantes más conocidos del género, los contenidos de sus canciones y cómo han ido creciendo a medida que transcurre el tiempo. Además incorpora historia sobre la música chilena y cómo se ha visto modificada por surgimientos de nuevos estilos musicales.
Palabras claves	Spotify, YouTube, representantes del género, historia de la música chilena, sellos discográficos como Warner Music y Sony Music, distribuidoras digitales de música como CD Baby y DistroKid, productores, managers, Beatmaker.
Conceptos y/o ideas fundamentales	“...la música urbana en Chile -un estilo que combina el reggaetón con el trap y el hip hop latino” “...hoy la maquinaria urbana tiene a Spotify o YouTube como sus mejores aliados, además de TikTok e Instagram como herramientas de viralización...” “Managers, productores, DJ’s, community managers, videistas, vestuaristas, bailarines y un largo etcétera, forman parte de la industria que se levantó en torno a la música urbana.”

	“...distribuidoras digitales de música gratuita o de pago, como las estadounidenses CD Baby o DistroKid, que son las primeras que ocupan los artistas emergentes para subir su contenido a plataformas de streaming como Spotify, Apple Music, YouTube Music, Deezer o Tidal.” “Las distribuidoras como CDBaby o DistroKid te quitan un 30% y no te agregan a playlists, y tampoco tienen ejecutivos acá; entonces, tú mandas un mail y es como hablar con una pared.” “Generalmente, los ingresos generados en Spotify se reparten entre el sello, el artista y todo su equipo.” “Diego Sagredo, mánager de Polimá Westcoast y Harry Nach, explica que todo lo que generan las plataformas digitales lo administra el sello, ellos le depositan a Polimá. Pero el artista generalmente es propietario de su dinero y él distribuye”. “El beatmaker es una pieza clave: es quien compone ritmos usando sonidos muestreados de acordes, baterías, guitarras e incluso una línea vocal superior.” “Nicolás Ulloa, director creativo en el equipo de Pailita, explica que en el extranjero un video del género urbano puede llegar a costar “entre 10 mil y 15 mil dólares en la producción más básica”. Acá, él cifra los montos entre 10 y 15 millones de pesos.” “...un ingreso económico importante para los artistas son las presentaciones en vivo...un artista emergente puede cobrar 300 mil pesos por actuación...Pablito Pesadilla cobra 2 millones por un evento de una hora...Cris MJ y Pailita pueden superar los 25 millones de pesos por presentación.” “En tiempos de influencers, los artistas urbanos también sacan dividendos...El director Diego Sagredo apunta: “Los artistas que tienen menos contenido de drogas, los que están más sanos, generalmente pueden vender marcas, shows, historias y hacer más publicidad. A ellos les va mejor
--	---

	en ese sentido. Va a depender de cuántos followers tengan, las ganancias.” “Lo usual entre los cantantes urbanos es el streetwear; es decir, ropa callejera informal, sin dejar de lado la opulencia.” “El género urbano ha sido tildado de machista tanto en Chile como en todo el continente. No solo por la baja presencia de mujeres, sino también por las letras, que la hipersexualizan.”
Tipo de lectura	Específica.
Aporte específico	La lectura aporta con información y datos que aportan una definición más específica y concreta de la industria de la música urbana en Chile.
Materiales más significantes	Entrega materia vinculada a información, datos, estadísticas e historia. A su vez, presenta imágenes útiles para entender a fondo el contenido.

Tabla N°6: Aporte a la definición del Género Musical Urbano en Chile.

Título	“Músicos chilenos lideran la lista de lo más escuchado en Spotify”
Autor, Año	CNN Chile, 2022
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.cnnchile.com/cultura/chilenos-mas-escuchados-spotify_20221130/
Descripción general	El artículo muestra los artistas más escuchados a lo largo del año 2022 en Chile mediante la plataforma Spotify, considerando tanto a los artistas del género urbano chilenos como internacionales. Además de mostrar las canciones más escuchadas en el país.
Palabras claves	Spotify, número de reproducciones de canciones.
Conceptos y/o ideas fundamentales	“Chile experimentó un alza de 67% en el consumo de música urbana nacional con relación al mismo periodo del año anterior.” “Spotify reveló los artistas más escuchados de 2022 en Chile, ranking liderado por cantantes chilenos de música urbana, entre los que destacan Cris MJ, Pailita y Standly.”
Tipo de lectura	Específica.

Aporte específico	El estudio aporta información para complementar la investigación, brindando información referente a las preferencias de los usuarios chilenos con respecto a los artistas urbanos nacionales e internacionales.
Materiales más significantes	Brinda información y algunos datos estadísticos sobre la música urbana escuchada en Chile.

Tabla N°7: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“TikTok cumple cinco años: ¿Cómo esta red social se “adueñó” de la pandemia y se convirtió en la más usada del mundo?”
Autor, Año	La Tercera, 2021
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/tiktok-cumple-cinco-anos-como-esta-red-social-se-adue-no-de-la-pandemia-y-se-convirtio-en-la-mas-usada-del-mundo/4U6ASHQZ6ZGP7JREU6PVI4W63Y/#:~:text=Arrib%C3%B3%20al%20mercado%20en%20septiembre,regional%20busca%20potenciar%20esta%20virtud
Descripción general	El artículo aborda la llegada de la red social TikTok a Chile, mostrando su total de suscriptores hasta la fecha y cuántos de ellos corresponden al territorio nacional, además de aportar con diversas características propias de la plataforma, como el variado tipo de contenido que ofrece, las edades de los usuarios que utilizan la red social. Además, comenta cómo las marcas reconocen el poder de TikTok.
Palabras claves	TikTok, redes sociales, pandemia, segmentos etarios.
Conceptos y/o ideas fundamentales	“Lanzada en septiembre de 2016...Utilizada por más de 1.500 millones de personas, la plataforma permite hacer una variedad de videos de formato corto, desde géneros como danza, comedia y educación, que tienen una duración de tres segundos a un minuto.” “Si en 2019 era la cuarta red social en cuanto a preferencias, hoy ya es la número uno junto a Instagram. En promedio, se estima que los usuarios pasan casi una hora diaria en la aplicación.”

	“Un reciente estudio señala que TikTok ha logrado desplazar a Facebook y WhatsApp en el ranking de las apps más descargadas, impulsado por lo sucedido durante la pandemia.” “Solo en el primer semestre de 2021, la red social del grupo ByteDance alcanzó 383 millones de instalaciones, a través de App Store y Google Play.” “La red social, inicialmente era utilizada principalmente por jóvenes, entre 12 y 18 años, enfocado en bailes y coreografías. Si bien el público joven aún representa un 83% de los usuarios, actualmente ha sumado nuevos segmentos etarios. Hoy en día, es posible encontrar personas de 30 o 40 años...En muchos casos se trata de padres de jóvenes o adolescentes que ya se encontraban en la plataforma.” “la red social entra en el mercado publicitario chileno y latinoamericano para competir con las grandes plataformas digitales y redes sociales, como Instagram, Facebook y Twitter, entre otros.” “Esta alianza, según la compañía, se enmarca en la estrategia de crecimiento de TikTok, y tiene como premisa darle a las marcas y a los especialistas de comunicación soluciones innovadoras que les permitan vincularse con nuevas audiencias y hacer crecer sus negocios.” (Alianza con Internet Media Services IMS)
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	El artículo es de utilidad para definir en mayor detalle la red social analizada conocida como TikTok, aportando características propias de ella y comentando su llegada al país.
Materiales más significantes	Brinda datos estadísticos relacionados a TikTok en comparación a otras redes sociales, además de vincularlo a las marcas y alianzas establecidas.

Tabla N°8: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“El fenómeno de TikTok como Marketing Digital”
Autor, Año	Cerem Comunicación, 2022

Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.cerem.es/blog/el-fenomeno-de-tiktok-para-el-marketing-digital
Descripción general	El artículo habla sobre la red social TikTok como marketing digital, explicando cómo funciona, las ventajas de utilizar aquella red social dentro de las estrategias empresariales, define lo que es TikTok Ads y los anuncios que se pueden realizar a través de aquella herramienta y recomendaciones para elaborar una campaña.
Palabras claves	Marketing digital, TikTok Ads, campaña.
Conceptos y/o ideas fundamentales	“Actualmente, TikTok está disponible en más de 35 idiomas y en más de 150 países. Ha sido la aplicación más descargada en dispositivos iPhone y al menos el 90% de los Android tienen instalada la aplicación.” “...la plataforma recibe al menos 1 millón de visitas diariamente y que al menos el 50% de las personas con la aplicación, la usan todos los días.”
Tipo de lectura	Fundamental.
Aporte específico	El estudio logra definir más a fondo la red social base de la investigación, además de avalar cómo ella funciona como marketing digital.
Materiales más significantes	Aporta información de carácter cualitativa para entender más a fondo el estudio a realizar.

Tabla N°9: Aporte sobre las redes sociales.

Título	“Las estrategias más efectivas de promoción en redes sociales”.
Autor, Año	Epsilon, 2022
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.epsilontec.com/las-estrategias-mas-efectivas-de-promocion-en-redes-sociales/
Descripción general	El presente estudio brinda herramientas y recomendaciones estratégicas para llevar a cabo la promoción de una marca mediante plataformas de

	redes sociales, generando un buen escenario de plan de marketing digital.
Palabras claves	Promoción, redes sociales, branding, engagement.
Conceptos y/o ideas fundamentales	Elaboración de un branding. Buscar el engagement.
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	El artículo aporta información para complementar el estudio, aportando información vinculada a la promoción mediante redes sociales.
Materiales más significantes	Brinda materia en base a información cualitativa para el estudio de la investigación.

Tabla N°10: Aporte a la definición del Género Musical Urbano.

Título	“Si eres artista, aprende a promocionar tu música y tus trabajos en Internet”
Autor, Año	Mosquera, D. 2023
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.iamrap.es/articulo/lifestyle/eres-artista-aprende-promocionar-musica-trabajos-internet/20230302160608084334.html
Descripción general	El artículo se base en ofrecer una serie de recomendaciones para aquellos artistas de la industria musical, brindando tips relacionados a la promoción mediante herramientas vinculadas a internet.
Palabras claves	Promoción, internet, redes sociales, artistas musicales, medios de comunicación especializados, notas de prensa, plataformas de contenido.
Conceptos y/o ideas fundamentales	Uso de redes sociales. Aplicación de medios de comunicación especializados. Elaboración de notas de prensa propias. Subir canciones propias a plataformas de contenido.
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	La lectura complementa el estudio de investigación con información sobre la promoción de redes sociales.
Materiales más significantes	Aporta materia de índole cualitativa.

Tabla N°11: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“Qué es TikTok, de dónde viene y qué ofrece la red social de videos”
Autor, Año	Fernández, Y. 2021
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.xataka.com/basics/que-tiktok-donde-viene-que-ofrece-red-social-videos
Descripción general	La lectura entrega información general sobre la red social TikTok, sobre qué es en sí la plataforma, explica quién está detrás de la red social, además de explicar qué se puede hacer con ella.
Palabras claves	Douyin, inteligencia artificial, Bytedance.
Conceptos y/o ideas fundamentales	“sólo tardó 200 días en ser desarrollada...” “TikTok permite crear, editar y subir videoselfies musicales de 1 minuto, pudiendo aplicarles varios efectos y añadirles un fondo musical. También tiene algunas funciones de Inteligencia Artificial, e incluye llamativos efectos especiales, filtros, y características de realidad aumentada.”
Tipo de lectura	Específica.
Aporte específico	El artículo es de utilidad para definir la red social TikTok y sus principales características.
Materiales más significantes	Brinda información cualitativa.

Tabla N°12: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“La influencia de TikTok en las 5 grandes plataformas de redes sociales”
Autor, Año	Brandwatch, 2022
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.brandwatch.com/es/blog/tiktok-influence-on-socialnetworks/#:~:text=Adem%C3%A1s%20de%20ser%20la%20principal,planifican%20y%20ejecutan%20su%20evoluci%C3%B3n.

Descripción general	La lectura se enfoca en explicar cómo TikTok ha revolucionado y generado cambios en el funcionamiento de las redes sociales, incluyendo a las 5 principales conocidas como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y YouTube. A su vez, entrega algunas recomendaciones para aprovechar las funciones ofrecidas por la red social vinculadas al marketing.
Palabras claves	Influencers, paquetes de contenido, características interactivas.
Conceptos y/o ideas fundamentales	“ha sido la aplicación más descargada en julio de 2020” “Al ser tan popular entre la generación Z y Alpha, el ascenso a la fama de la plataforma continúa con su enfoque en el contenido localizado y la facilidad a la hora de compartir. TikTok ha creado las condiciones perfectas para que florezcan los diferentes tipos de influencers, con reseñas y recomendaciones de productos, que han afectado incluso a la forma en que las grandes empresas de cosméticos como Clinique hacen marketing.”
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	Ayuda a definir el entorno de las redes sociales frente al éxito de TikTok.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo cualitativa.

Tabla N°13: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“Impacto de TikTok en nuestra sociedad”
Autor, Año	Angelo, W. 2023
Referencia bibliográfica o dirección web	https://es.linkedin.com/pulse/impacto-de-tiktok-en-nuestra-sociedad-ing-walter-angelo-guzman-h-#:~:text=En%20resumen%2C%20TikTok%20ha%20tenido,pero%20tambi%C3%A9n%20enfrentando%20retos%20y
Descripción general	El artículo muestra el significativo impacto que ha generado la red social TikTok en la sociedad,

	nombrando una serie de puntos importantes sobre aquel contexto.
Palabras claves	Sociedad.
Conceptos y/o ideas fundamentales	Puntos en los que ha impactado TikTok: Cambio en la forma de consumir contenido Creatividad y autoexpresión Participación de los jóvenes Viralidad y desafíos Influencia en la música y el entretenimiento Impacto en la cultura popular Retos y preocupaciones de privacidad Impacto en la salud mental
Tipo de lectura	Específica.
Aporte específico	La lectura sirve para evidenciar que la red social TikTok si ha generado cambios desde su llegada, explicando algunos de estos puntos.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo cualitativa.

Tabla N°14: Aporte a la relación de TikTok con el Género Musical Urbano.

Título	“Así ha impactado TikTok en todo tipo de industrias en este 2020, desde la ciberseguridad a la música, según el análisis de cientos de directivos”
Autor, Año	Whateley, D. 2020
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.businessinsider.es/impacto-tiktok-ciberseguridad-musica-769473
Descripción general	El artículo muestra como el impacto de TikTok ha llegado a repercutir diversas industrias a nivel mundial en el año 2020, llegando al punto de ser considerada como una amenaza. Además, se explica qué pasaría en caso de que se llegase a prohibir aquella red social y cómo impactaría en la empresa.
Palabras claves	Inversores, analistas, marketing, industrias de música y videojuegos.
Conceptos y/o ideas fundamentales	“TikTok se ha hecho un hueco con regularidad en las conferencias telefónicas con inversores y analistas que suelen realizar las grandes empresas,

	lo que demuestra que la app está en la cabeza de sus competidores, socios y clientes.” “Docenas de ejecutivos de una gran cantidad de industrias han reflexionado sobre TikTok ante sus inversores este año, según una investigación de Business Insider realizada a partir de cientos de transcripciones de esas conferencias corporativas llevadas a cabo por la firma de investigación financiera Sentieo Inc.” “El número de veces que TikTok fue mencionada al menos una vez en una conferencia corporativa con analistas e inversores aumentó un 430% entre 2019 y 2020 (hasta noviembre) según el total de datos recopilados por Sentieo.” Principales empresas que han hablado de TikTok con inversores y analistas “En las conversaciones con los inversores, los CEO han considerado la amenaza que TikTok representa para sus resultados, su eficacia como herramienta de marketing, su impacto en las industrias de la música y los videojuegos, y lo que significaría para sus negocios su venta forzosa o su prohibición total.”
Tipo de lectura	Fundamental.
Aporte específico	La lectura es significativa para entender cómo la red social TikTok es capaz de impactar e influir en diversas industrias y provocar diversos resultados en ellas.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo cualitativa y estadística.

Tabla N°15: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“Historia de TikTok: claves, curiosidades y evolución de la red social a la que todos quieren imitar”
Autor, Año	Bastero, M. 2023

Referencia bibliográfica o dirección web	https://marketing4ecommerce.cl/historia-de-tiktok-que-es/
Descripción general	El artículo se centra en describir la red social TikTok, además de mostrar sus principales características, un poco de su origen e historia y plasmar un escenario actual sobre la exitosa plataforma. A su vez, muestra una de las problemáticas a las que se ha enfrentado la red social, vinculada al gobierno de EE.UU.
Palabras claves	ByteDance, stories, TikTok Now, conflicto con EE.UU.
Conceptos y/o ideas fundamentales	Definición de TikTok Historia y origen Novedades de la red social Conflicto con EE.UU.
Tipo de lectura	Específica.
Aporte específico	Ayuda a definir en mayor profundidad la red social abordada en la investigación.
Materiales más significantes	Aporta información del tipo cualitativa.

Tabla N°16: Aporte a la definición del Género Musical Urbano en Chile.

Título	“Escena urbana en Chile: El impacto que ha provocado el género más escuchado del país”
Autor, Año	Puroperiodismo, 2022
Referencia bibliográfica o dirección web	http://www.puroperiodismo.cl/escena-urbana-en-chile-el-impacto-que-ha-provocado-el-genero-mas-escuchado-del-pais/
Descripción general	La lectura explica la escena urbana en Chile, explicándolo como una clase de movimiento, además de mencionar los principales artistas que han liderado aquel género y mostrando datos estadísticos para evidenciar el éxito de aquella industria.
Palabras claves	
Conceptos y/o ideas fundamentales	Explicación del desarrollo del género urbano. Principales aristas urbanos chilenos.
Tipo de lectura	Específica.

Aporte específico	El artículo es de utilidad para definir en mayor profundidad el escenario de la industria musical chilena.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo cualitativa y estadística.

Tabla N°17: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“Estadísticas de TikTok que tienes que conocer en 2023”
Autor, Año	Kolsquare, 2023
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.kolsquare.com/es/blog/estadisticas-de-tiktok-que-tienes-que-conocer-en-2023/#:~:text=TikTok%20tiene%20en%202023%2C%201.051,populares%20en%20todo%20el%20mundo
Descripción general	El artículo entrega variada información de índole estadística sobre TikTok, profundizando en los aspectos que abarca esta red social, tiktokers.
Palabras claves	Usuarios activos, tasa media de engagement, influencers, tiempo medio, perfil de la audiencia.
Conceptos y/o ideas fundamentales	Puntos clave sobre TikTok Cuántos usuarios activos hay en TikTok Tasa media de engagement en TikTok Número de influencers en TikTok Cuántos videos hay en TikTok Cuentas de tiktokers con más seguidores en 2023 Tiempo medio por usuario en TikTok Perfil de la audiencia de TikTok Cuál es el contenido más consumido en TikTok Marcas que mandan en TikTok Otras estadísticas
Tipo de lectura	Fundamental
Aporte específico	La lectura es de utilidad para entender en profundidad la red social TikTok y los resultados estadísticos reflejados por aquella plataforma.
Materiales más significantes	Entrega información de índole cualitativa y estadística.

Tabla N°18: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“Cosas malas de TikTok: ¡descúbrelas!”
Autor, Año	Nebreda, M. 2023
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.campustraining.es/noticias/cosas-malas-tiktok/#:~:text=Entre%20las%20cosas%20malas%20de,relacionado%20con%20drogas%20o%20juegos
Descripción general	El artículo describe TikTok y muestra la parte negativa de esta plataforma en relación a su uso excesivo, la presencia de usuarios menores de edad, temas de seguridad y privacidad. Además, entrega información para conocer en mayor profundidad la plataforma.
Palabras claves	
Conceptos y/o ideas fundamentales	“El entretenimiento es el objetivo principal de los usuarios de TikTok que, por lo general, son personas jóvenes pertenecientes a la generación Z, de entre 16 y 24 años. Muchos de estos jóvenes usan TikTok como medio de referencia para informarse de la actualidad y no solo como canal de entretenimiento. Los datos demuestran que su auge es importante también en términos económicos, ya que la red social duplicó sus ingresos desde el pasado 2021 y se espera que siga creciendo en 2023.” “En cuanto a usuarios, TikTok cuenta en la actualidad con más de mil millones de usuarios mayores de 18 años y 740 millones de descargas el pasado año. En 2021 esta red social tuvo ingresos por valor de 58 billones de dólares en 2021.”
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	Es de utilidad para ver la red social desde otro punto de vista, abarcando aspectos negativos del uso de esta masificada plataforma.
Materiales más significantes	Entrega información de carácter cualitativa y levemente estadísticas.

Tabla N°19: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“Estadísticas y usuarios activos de TikTok (2023)”
Autor, Año	Silverio, M. 2023

Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.primeweb.com.mx/tiktok-estadisticas
Descripción general	La lectura presenta información sobre la plataforma TikTok, sobre estadísticas de aquella red social y datos relacionados al país México.
Palabras claves	
Conceptos y/o ideas fundamentales	Cuántos usuarios tiene TikTok Estadísticas esenciales de TikTok TikTok y usuarios VS otras redes sociales Datos demográficos de TikTok Países con más usuarios de TikTok TikTok en México Tiktokers más populares en México TikTokers más populares en el mundo
Tipo de lectura	Complementaria
Aporte específico	Es de utilidad para definir y entender en mayor profundidad la red social analizada.
Materiales más significantes	Entrega información cualitativa y estadística. Además, brinda el siguiente gráfico:

Tabla N°20: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“El meteórico ascenso de TikTok”
Autor, Año	Mena, M. 2022
Referencia bibliográfica o dirección web	https://es.statista.com/grafico/28454/numero-de-usuarios-activos-de-redes-sociales-seleccionadas-a-nivel-mundial/
Descripción general	El artículo muestra brevemente el significativo avance de la red social TikTok, desde 2018 a 2022, llevándola al éxito.
Palabras claves	
Conceptos y/o ideas fundamentales	“El número de usuarios activos de redes sociales en todo el mundo se estima en 4.600 millones en 2022, es decir, alrededor del 60% de la población mundial, y se espera que esta cifra aumente a casi 6.000 millones en 2027, según las proyecciones del Statista Advertising & Media Outlook.”

	“Durante el periodo 2018-2022, la red de origen chino atrajo una media de 340 millones de nuevos miembros activos al año. Tras haber superado los mil millones de usuarios a raíz del "boom digital" desencadenado por la pandemia de coronavirus, TikTok superó a Instagram en número de usuarios en 2021. Se espera que la base de usuarios de la plataforma alcance los 2.000 millones en 2024.”
Tipo de lectura	Específica.
Aporte específico	Entrega información para definir el crecimiento de TikTok.
Materiales más significantes	Entrega un gráfico sobre el ascenso de TikTok.

Tabla N°21: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“12 ventajas y desventajas de TikTok”
Autor, Año	Redaction Team, 2023
Referencia bibliográfica o dirección web	https://barrazacarlos.com/es/ventajas-y-desventajas-detiktok/
Descripción general	El artículo principalmente muestra la parte positiva y negativa de la red social TikTok, mediante 12 ventajas y desventajas. A su vez, muestra un compilado de las 5 preguntas más frecuentes sobre aquella plataforma.
Palabras claves	Interfaz fácil de usar, amplio abanico demográfico, difusión de información errónea, efectos en la salud mental.
Conceptos y/o ideas fundamentales	Ventajas: • Amplia base de usuarios • Expresión creativa • Potencial viral • Demografía y alcance • Oportunidades de marketing • Contenido atractivo y entretenido Desventajas • Consumo de tiempo • Preocupación por la privacidad • Duración limitada

	• Calidad del contenido • Influencia negativa y seguridad online • Distracción y productividad “...base de usuarios de entre 18 y 34 años.”
Tipo de lectura	Específica.
Aporte específico	Ayuda a ampliar la definición de la red social involucrada, mostrando tanto la parte buena de usarla, como también los contras que conlleva su uso excesivo.
Materiales más significantes	Entrega información de índole cualitativa.

Tabla N°22: Aporte a la definición del Género Musical Urbano.

Título	“Crítica al Reggaetón: 7 puntos a favor y 7 en contra del género urbano en general”
Autor, Año	Peca y Reza, -
Referencia bibliográfica o dirección web	https://pecayreza.com/tema/critica-al-reggaeton-7-puntos-a-favor-y-7-en-contra/
Descripción general	El artículo se caracteriza por ser bastante completo, ya que define lo que se entiende como Reggaetón, además de contar su historia, hablar de la percepción negativa que posee la sociedad sobre este género musical y mostrar 7 razones a favor y 7 razones en contra de este movimiento de música, para finalmente plasmar 7 tópicos a modo de conclusión.
Palabras claves	Machismo, misoginia.
Conceptos y/o ideas fundamentales	Ventajas: • Creación de letras más aceptadas • Composiciones de más de una sola pista • Sí requiere talento para cantar • Latinoamérica está logrando reconocimiento • Adaptación a otros géneros musicales • Se puede usar como crítica y promoción • Producción de videos trabajados y creativos Desventajas: • Incitación a la irresponsabilidad sexual y discriminación

	• Inducción a la manipulación • Involucración con crímenes • Herramienta de empresas productoras para ganar dinero • Normalización de letras pasadas de tono • Evidenciar lo negativo de la sociedad • Su baile “perreo” representa el sexo
Tipo de lectura	Específica.
Aporte específico	La lectura es significativa para definir en mayor profundidad una de las variables abordadas, además de plasmar el escenario de ella tanto de manera positiva como negativa para la sociedad.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo cualitativa.

Tabla N°23: Aporte a la definición del Género Musical Urbano en Chile.

Título	“Spotify destacó el crecimiento del género urbano chileno en la plataforma”
Autor, Año	Ruiz, M. 2022
Referencia bibliográfica o dirección web	https://sabes.cl/2022/05/21/spotify-destaco-el-crecimiento-del-genero-urbano-chileno-en-la-plataforma/
Descripción general	El breve artículo comenta el crecimiento de Spotify de manera general desde el 2019 al 2022. Además de mencionar a aquellos artistas que conforman el auge del género urbano chileno.
Palabras claves	Santiago la capital del streaming de reggaetón, auge del género.
Conceptos y/o ideas fundamentales	“El auge del género se debe a Marcianeke, Cris Mj, Pablo Chill-E, Pailita y El Jordan 23.” “...según destacó Spotify en For The Record, ya que casi el 40% del Top 50 de Chile está compuesta por artistas locales. A causa de ello, las reproducciones de Reggaetón Chileno crecieron un 2600 % durante el último año.”
Tipo de lectura	Complementaria.

Aporte específico	Brinda breve información para entender cómo ha crecido la industria musical chilena dentro del último tiempo.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo estadística.

Tabla N°24: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“3 ventajas y 3 desventajas de TikTok”
Autor, Año	Guerra, S. 2023
Referencia bibliográfica o dirección web	https://desarrolloscreativos.net/redes-sociales/ventajas-y-desventajas-de-tiktok/
Descripción general	El artículo plasma el lado positivo y negativo del uso de la plataforma TikTok, mediante 3 ventajas y 3 desventajas de esta red social.
Palabras claves	
Conceptos y/o ideas fundamentales	Ventajas: • Aprendizaje verdadero • Obtención de dinero • Promoción de marca personal o empresarial Desventajas: • Contenido sin valor • Mala influencia • Adicción al largo plazo
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	Ayuda a entender la definición de una de las variables analizadas en la investigación, mostrando lo bueno y malo de ella.
Materiales más significantes	Entrega información de carácter cualitativa.

Tabla N°25: Aporte a la definición del Género Musical Urbano en Chile.

Título	“Los artistas, canciones y podcast más escuchados en Spotify en 2022: música local subió un 67% en Chile”
Autor, Año	Contreras, E. 2022

Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.biobiochile.cl/noticias/artes-y-cultura/musica/2022/11/30/amp/los-artistas-canciones-y-podcast-mas-escuchados-en-spotify-en-2022-musica-local-subio-67-en-chile.shtml
Descripción general	El artículo se centra en el contenido más escuchado vía Spotify a nivel global y a nivel nacional, considerando tanto artistas internacionales como artistas chilenos, canciones de todo tipo, álbumes y podcasts.
Palabras claves	Artistas, canciones, álbumes, podcasts.
Conceptos y/o ideas fundamentales	“También la data reveló que los chilenos consumen más horas de música los días viernes, y también que las 13:00 horas es el momento del día en que más se escucha Spotify en Chile.” “Según los datos comparativos con el año anterior, Chile experimentó un alza en el consumo de música nacional de un 67% respecto a 2021. ” “Top 10 Artistas Chilenos más escuchados en Chile durante 2022: 1. Cris Mj 2. Pailita 3. Standly 4. Marcianeke 5. El Jordan 23 6. Polimá Westcoast 7. Young Cister 8. Ak4:20 9. Juliano Sossa 10. Nickoog Clk.”
Tipo de lectura	Específica.
Aporte específico	La lectura es de utilidad para entender en mayor profundidad las preferencias musicales a nivel global y nacional, reflejadas en Spotify en el año 2022.
Materiales más significantes	Entrega información de carácter cualitativa y levemente estadística.

Tabla N°26: Aporte a la definición del Género Musical Urbano en Chile.

Título	“Cambio generacional con todo: Lo que revela los géneros más consumidos por chilenos en Spotify”
Autor, Año	Núñez, F. 2022
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.rockandpop.cl/2022/05/cambio-generacional-con-todo-lo-que-revela-los-generos-mas-consumidos-por-chilenos-en-spotify/amp/

Descripción general	El artículo habla cómo se produce un cambio generacional que afecta significativamente en la música reproducida a nivel nacional, dejando atrás el rock, convirtiéndose Chile en uno de los países que más consume el contenido del género urbano chileno e internacional.
Palabras claves	Cambio generacional.
Conceptos y/o ideas fundamentales	“Pero hoy, Chile se consolida como el país que más consume reggaetón en el mundo. Y no solo eso, sino que gran parte de los artistas que se consumen son de hecho interpretes nacionales, que han logrado el éxito con el género urbano.” “Además, recuerda que esta es la primera vez que la música latina urbana logra traspasar las fronteras sin la necesidad de modificarse para un público estadounidense. Son ellos quienes ahora están cantando español en estos géneros.”
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	La lectura es de utilidad para definir y entender el cambio de preferencias musicales en los chilenos.
Materiales más significantes	Brinda información de carácter cualitativa.

Tabla N°27: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“Una lista definitiva con más de 96 estadísticas sobre TikTok [2023]”
Autor, Año	Woolf, M. 2023
Referencia bibliográfica o dirección web	https://passport-photo.online/es-es/blog/tiktok-estadisticas/#gref
Descripción general	El artículo es bastante completo ya que entrega diversos tipos de información referentes a TikTok, abarcando aspectos tales como estadísticas, datos curiosos de su creación, TikTokers con más seguidores, información sobre el lanzamiento y la empresa, cantidad de usuarios por año, alcance publicitario potencial de usuarios por grupo etario, ingresos anuales, plataformas más populares según usuarios activos, número de primeras instalaciones,

	opiniones de adultos sobre la red social, qué transmite la red social, contenido favorito de los usuarios, hashtag más populares, comportamiento de los usuarios, TikTok frente a la industria musical, marketing de influencers, sectores con mayor potencial y TikTok para empresas (publicidad).
Palabras claves	
Conceptos y/o ideas fundamentales	TikTok frente a la industria musical: • Casi el 75% de los usuarios de TikTok descubren nuevos artistas a través de TikTok. • Un 63% de los usuarios dice haber escuchado música nueva en TikTok que no había escuchado antes. • Alrededor de un tercio de los usuarios de TikTok mencionan «ver transmisiones en directo» como la principal razón para utilizar la red social. • Los usuarios de TikTok suelen tener su propio momento «Lo escuché en TikTok» durante su vida cotidiana. • Más del 72% de los usuarios de TikTok asocian ciertas canciones con TikTok. • La mayoría de los usuarios de TikTok (88%) mencionan que la música es fundamental para la experiencia de TikTok.
Tipo de lectura	Fundamental.
Aporte específico	Define de manera muy específica la red social analizada, además de añadir información relevante sobre la relación que presenta con la industria musical.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo cualitativa, estadística y visual.

Tabla N°28: Aporte a la relación de TikTok con el Género Musical Urbano.

Título	“Un nuevo estudio revela cómo TikTok está cambiando la industria de la música para las marcas, los artistas, el público y las compañías”
Autor, Año	TikTok, 2021

Referencia bibliográfica o dirección web	https://newsroom.tiktok.com/es-es/estudio-revela-como-tiktok-cambiando-industria-musica-marcas-artistas-publico-companias#
Descripción general	El artículo muestra cómo TikTok ha sido un factor clave para dar visibilidad a artistas, además de ser impulsor en el surgimiento de aficionados que no tenían el valor de darse a conocer, mostrando éxitos musicales tanto nuevos como antiguos.
Palabras claves	Artistas emergentes, industria musical, preferencias del público.
Conceptos y/o ideas fundamentales	“TikTok identifica los tres principales factores que impulsan la experiencia musical en la plataforma: descubrir, ser descubierto y redescubrir. De hecho, el 80% de los usuarios de TikTok afirman que descubren nueva música en la plataforma y que se ha convertido en su lugar número uno para el descubrimiento de nueva música, por encima de otras plataformas digitales, servicios de música en streaming y recomendaciones de amigos. Además, más de la mitad (56%) de estos descubrimientos se producen de forma natural, a través del feed “Para ti”.” “Los datos del estudio muestran que TikTok expone al público a nuevos sonidos y música que marcan las últimas tendencias. Esto muestra cómo TikTok está inspirando a la gente a salir de sus “burbujas” musicales y explorar nuevos territorios. La gente encuentra nueva música a través de las tendencias, las canciones virales y el éxito de los artistas emergentes, y a su vez se siente impulsada a dar “me gusta”, guardar y compartir esa música dentro de la aplicación.” “la investigación de TikTok sobre la Generación T, que puso de manifiesto que las personas que utilizan TikTok poseen una “mentalidad de descubrimiento” altamente exploratoria que impulsa su comportamiento, sino que también muestra cómo TikTok está inspirando a las personas a salir de sus burbujas musicales existentes.” “No obstante, este descubrimiento no se detiene en plataforma, porque las personas que se inspiran en la música de TikTok trasladan este entusiasmo

	también fuera de la aplicación. Después de escuchar música nueva, casi la mitad de las personas en TikTok añaden la canción a sus favoritos (47%), ven el perfil del artista (46%), e incluso siguen al artista en TikTok (43%), y esto a su vez ha desencadenado una ola masiva de descubrimiento de nuevos artistas.” “TikTok no es sólo para las nuevas canciones: el poder de la comunidad de TikTok ha ayudado a sacar de nuevo a relucir los temas antiguos.”
Tipo de lectura	Fundamental.
Aporte específico	La lectura es significativa para entender cómo la red social analizada es de utilidad para dar a conocer artistas, para que surjan más de estos y para que se den a conocer sus canciones.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo cualitativa y estadística.

Tabla N°29: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“Número de usuarios de TikTok en Chile de 2017 a 2025”
Autor, Año	Statista Research Department, 2021
Referencia bibliográfica o dirección web	https://es.statista.com/estadisticas/1369678/numero-de-usuarios-de-tiktok-en-chile/
Descripción general	El artículo entrega información sobre el número de usuarios presentes en la red social analizada desde 2017, mostrando además una proyección hacia el año 2025, todo esto mediante un gráfico de barras.
Palabras claves	
Conceptos y/o ideas fundamentales	Cantidad de usuarios de TikTok en Chile. “En 2022, la cifra de usuarios de TikTok en Chile ascendía a casi 1,48 millones. Sin embargo, al contrario del proceso experimentado por otras redes sociales, se espera el número de personas que utilizan esta red social de origen asiático descienda en el próximo lustro, situándose por debajo de los 1,45 millones a partir de 2024.”
Tipo de lectura	Específica.

Aporte específico	Es de utilidad para entender cómo se espera que varíe la cantidad de usuarios de TikTok a futuro.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo visual, específicamente un gráfico de barras.

Tabla N°30: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“Contenido generado y compartido por los usuarios de TikTok en el mundo en 2020”
Autor, Año	Fernández, R. 2022
Referencia bibliográfica o dirección web	https://es.statista.com/estadisticas/1218991/tipos-de-contenido-mas-compartido-entre-los-usuarios-de-tiktok-del-mundo/
Descripción general	El breve artículo muestra el tipo de contenido que preferían los usuarios y compartían con sus conocidos en 2020.
Palabras claves	Videos graciosos, noticias, publicaciones de influencers.
Conceptos y/o ideas fundamentales	“La plataforma de vídeos cortos TikTok es usada por millones de personas diariamente a nivel mundial. De ellos, casi el 50% compartió en 2020 vídeos graciosos, pero no toda la actividad de esta red social giró en torno a ello. Los usuarios han ido un paso más allá y un 47% utilizó TikTok para dar a conocer noticias personales. También fueron muy populares los vídeos con noticias sobre el coronavirus y las publicaciones de influencers, con porcentajes del 28% y el 24%, respectivamente.”
Tipo de lectura	Específica.
Aporte específico	Ayuda a definir en mayor profundidad el tipo de contenido que preferían los usuarios en los años indicados.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo estadística.

Tabla N°31: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“¿Cómo está posicionada TikTok en Chile”
---------------	---

Autor, Año	Marketing Insider Review, -
Referencia bibliográfica o dirección web	https://marketinginsiderreview.com/tiktok-en-chile/
Descripción general	El artículo trata sobre el uso de las redes sociales y el uso de TikTok, comentando cómo se vio en aumento la utilización de estas plataformas durante la pandemia, además de mencionar cuántas horas diarias son destinadas al uso de redes sociales y los contenidos que les resultan atractivos.
Palabras claves	
Conceptos y/o ideas fundamentales	Cantidad de horas destinadas al uso de redes sociales al día. Cantidad de minutos al día destinados al uso de TikTok. Tipo de contenido preferido de TikTok.
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	La lectura es de utilidad para entender cómo progresivamente aumentó el uso de redes sociales y masificación de TikTok.
Materiales más significativos	Entrega información cualitativa y levemente estadística.

Tabla N°32: Aporte a la definición del Género Musical Urbano.

Título	“El lado social y humano detrás del boom de la música urbana”
Autor, Año	24 Horas, 2021
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.24horas.cl/tendencias/espectaculos/ycultura/el-lado-social-y-humano-detras-del-boom-de-la-musica-urbana-4987972#:~:text=El%20llamado%20g%C3%A9nero%20urbano%20es,cientos%20de%20miles%20de%20seguidores.
Descripción general	El reportaje se enfoca en mostrar cómo detrás de la vida de artistas del género urbano, hay una historia de esfuerzo, humildad y lucha, dejando atrás la delincuencia y mala imagen de este movimiento musical.

Palabras claves	Género urbano, artistas emergentes.
Conceptos y/o ideas fundamentales	Nombres de artistas conocidos dentro del género. Nombres de artistas nuevos que están surgiendo en este género.
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	El reportaje es de utilidad para mostrar un enfoque distinto del género urbano, dejando de lado las críticas hacia este.
Materiales más significantes	Entrega información cualitativa.

Tabla N°33: Aporte a la definición de TikTok.

Título	“Qué es y las consecuencias que genera el "Cerebro TikTok" en niños y adolescentes”
Autor, Año	24 Horas, 2023
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.24horas.cl/tendencias/tecnologia-y-ciencias/que-es-y-las-consecuencias-que-genera-el-cerebro-tiktok
Descripción general	El artículo muestra el aspecto negativo del uso de la red social TikTok, sobre todo en aquel público joven que consume grandes cantidades de tiempo en esta plataforma.
Palabras claves	
Conceptos y/o ideas fundamentales	Consecuencias en la concentración. Afectación en el control de emociones. Cambios conductuales. Reducción del tiempo de sueño.
Tipo de lectura	Específica.
Aporte específico	Es de utilidad para ver el aspectos negativo de una de las variables a analizar.
Materiales más significantes	Entrega información de carácter cualitativa.

Tabla N°34: Aporte a la relación de TikTok con el Género Musical Urbano.

Título	“TikTok está tomando elementos de la industria musical para su crecimiento”
Autor, Año	Redacción Shock, 2020
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.shock.co/musica/tiktok-esta-tomando-elementos-de-la-industria-musical-para-su-crecimiento?_amp=true
Descripción general	El artículo trata sobre la red social TikTok hace uso de la industria musical para generar contenido más llamativo y lograr un significativo crecimiento con ello.
Palabras claves	
Conceptos y/o ideas fundamentales	“TikTok, como empresa, tiene hasta el momento 602 empleados y el 10% de ellos está enfocado en la gestión del talento, buscando creadores de contenido que puedan seducir a las marcas y funcionar como una agencia.”
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	La lectura es de utilidad para ver como ambas variables analizadas se complementan para lograr éxito conjunto.
Materiales más significantes	Aporta información de carácter cualitativa.

Tabla N°35: Aporte a la definición de conceptos relevantes.

Título	“Definición de red social”
Autor, Año	Real Academia Española, -
Referencia bibliográfica o dirección web	https://dpej.rae.es/lema/red-social
Descripción general	La lectura se centra en definir uno de los conceptos relevantes para la investigación, específicamente lo que se conoce como “red social”.
Palabras claves	Red social.
Conceptos y/o ideas fundamentales	Definición red social.

Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	Es de utilidad para definir ciertos conceptos que serán clave a lo largo de la investigación.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo cualitativa.

Tabla N°36: Aporte a la definición de conceptos relevantes.

Título	“Qué es un influencer, qué tipos existen y ejemplos”
Autor, Año	HubSpot, 2023
Referencia bibliográfica o dirección web	https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-influencers
Descripción general	La lectura se centra en definir uno de los conceptos relevantes para la investigación, específicamente lo que se conoce como “influencers”.
Palabras claves	Influencers.
Conceptos y/o ideas fundamentales	Definición influencers.
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	Es de utilidad para definir ciertos conceptos que serán clave a lo largo de la investigación.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo cualitativa.

Tabla N°37: Aporte a la definición de conceptos relevantes.

Título	“¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias”
Autor, Año	Rock Content, 2018
Referencia bibliográfica o dirección web	https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/

Descripción general	La lectura se centra en definir uno de los conceptos relevantes para la investigación, específicamente lo que se conoce como “marketing”.
Palabras claves	Marketing.
Conceptos y/o ideas fundamentales	Definición marketing.
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	Es de utilidad para definir ciertos conceptos que serán clave a lo largo de la investigación.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo cualitativa.

Tabla N°38: Aporte a la definición de conceptos relevantes.

Título	“Qué es Promoción en la mezcla de mercadotecnia”
Autor, Año	McCarthy y Perreault, 2017
Referencia bibliográfica o dirección web	https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en-el-marketing/
Descripción general	La lectura se centra en definir uno de los conceptos relevantes para la investigación, específicamente lo que se conoce como “promoción”.
Palabras claves	Promoción.
Conceptos y/o ideas fundamentales	Definición promoción.
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	Es de utilidad para definir ciertos conceptos que serán clave a lo largo de la investigación.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo cualitativa.

Tabla N°39: Aporte a la definición de conceptos relevantes.

Título	“¿Qué es Spotify?”
---------------	---------------------------

Autor, Año	Spotify, -
Referencia bibliográfica o dirección web	https://support.spotify.com/es/article/what-is-spotify/
Descripción general	La lectura se centra en definir uno de los conceptos relevantes para la investigación, específicamente lo que se conoce como "Spotify".
Palabras claves	Spotify.
Conceptos y/o ideas fundamentales	Definición Spotify.
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	Es de utilidad para definir ciertos conceptos que serán clave a lo largo de la investigación.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo cualitativa.

Tabla N°40: Aporte a la definición de conceptos relevantes.

Título	"Qué es YouTube"
Autor, Año	Armetrics, -
Referencia bibliográfica o dirección web	https://www.armetrics.com/glosario-digital/youtube
Descripción general	La lectura se centra en definir uno de los conceptos relevantes para la investigación, específicamente lo que se conoce como "YouTube".
Palabras claves	YouTube.
Conceptos y/o ideas fundamentales	Definición YouTube.
Tipo de lectura	Complementaria.
Aporte específico	Es de utilidad para definir ciertos conceptos que serán clave a lo largo de la investigación.
Materiales más significantes	Entrega información del tipo cualitativa.

ANEXO 2: “Mapa mental del tema de estudio”.

Ilustración 1: Modelo teórico.



Ilustración 2: Modelo real.



ANEXO 3: “Modelo oficial de encuesta”.

Impacto de la red social TikTok en el crecimiento y desarrollo de los artistas urbanos chilenos

¡Hola! Mi nombre es Cinthya Astudillo y soy estudiante de último año de Ingeniería Comercial en la Universidad Técnica Federico Santa María, por ende me encuentro en el proceso de desarrollo de mi memoria.

El fin de esta encuesta es obtener mayor información para poder **analizar en profundidad el impacto de TikTok en el crecimiento y desarrollo de los cantantes urbanos chilenos.**

Tu respuesta es de mucha ayuda. ¡De antemano muchas gracias!

Identificación del segmento de estudio

¿Eres estudiante de la Universidad Técnica Federico Santa María Campus Casa Central? *

☐ Si

☐ No

¿Con qué género te identificas? *

☐ Femenino

☐ Masculino

☐ Otro

☐ Prefiero no decirlo

¿En cuál rango etario te encuentras? *

- ☐ Menos de 18 años
- ☐ Entre 18 y 22 años
- ☐ Entre 23 y 25 años
- ☐ Más de 25 años

Preguntas relacionadas a la red social TikTok

¿Utilizas la red social TikTok? *

- ☐ Si, frecuentemente
- ☐ De vez en cuando
- ☐ No la uso

¿Cuánto tiempo aproximado le dedicas al día a esta red social? *

- ☐ Menos de 1 hora
- ☐ Entre 1 y 3 horas
- ☐ Entre 3 y 5 horas
- ☐ Más de 5 horas

¿Consideras la red social TikTok un buen método de promoción de marcas? *

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ No estoy seguro/a

Marca las 3 redes sociales que más utilices a diario. *

☐ Facebook

☐ YouTube

☐ Instagram

☐ TikTok

☐ LinkedIn

☐ Twitter

☐ Pinterest

Preguntas relacionadas al género urbano chileno

¿Sueles escuchar música del género urbano chileno? *

☐ Si

☐ De vez en cuando

☐ No

¿Con qué frecuencia escuchas este género musical? *

☐ A diario

☐ Algunos días a la semana

☐ Algunos días al mes

☐ No lo escucho

**De los siguientes artistas urbanos chilenos, ¿Cuáles has escuchado? Marca más *
de una opción.**

- ☐ Cris Mj
- ☐ Pailita
- ☐ Standly
- ☐ Marcianeke
- ☐ El Jordan 23
- ☐ Polimá Westcoast
- ☐ Young Cister
- ☐ Ak4:20
- ☐ Juliano Sossa
- ☐ Nickoog Clk
- ☐ Otros

**De los siguientes artistas urbanos chilenos, ¿Cuáles son los que más te gustan?
Marca solo 3 opciones.**

- ☐ Cris Mj
- ☐ Pailita
- ☐ Standly
- ☐ Marcianeke
- ☐ El Jordan 23
- ☐ Polimá Westcoast
- ☐ Young Cister
- ☐ Ak4:20
- ☐ Juliano Sossa
- ☐ Nickoog Clk
- ☐ Otros

Preguntas centradas en el tema de investigación

Al estar usando TikTok y escuchar música en esta red social, ¿Sueles añadirla a tu lista de reproducción habitual? *

- ☐ Sí
- ☐ Algunas veces
- ☐ No

¿Consideras la red social TikTok como una fuente para obtener música nueva y en tendencia? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No estoy seguro/a

¿Crees que TikTok ha servido para que los artistas urbanos chilenos se hagan conocidos y logren crecer? *

- ☐ Sí, ha sido significativo
- ☐ Ha influido en menor grado
- ☐ No ha sido muy relevante

¿En cuál de estas redes sociales sueles encontrar más contenido sobre el género urbano chileno?

*

- ☐ Facebook
- ☐ YouTube
- ☐ Instagram
- ☐ TikTok
- ☐ LinkedIn
- ☐ Twitter
- ☐ Pinterest

¡Muchas gracias por tu respuesta!

14. ACRÓNIMOS

USM: Universidad Técnica Federico Santa María.

FEUTFSM: Federación de Estudiantes de la Universidad Técnica Federico Santa María.

SMART: Specific, Measurable, Achievable, Relevant y Timely.

CIAC: Centro Integrado de Aprendizaje de Ciencias Básicas.

Código QR: Código Quick Response.

SCD: Sociedad Chilena de Autores e Intérpretes Musicales.