

---



**TP SPOTIFY**

Mantovano Mateo  
Lucas Medina  
Alan Palavecino  
Jeronimo Chipy  
Leandro Ravera  
Nazareno Pisoni

# 1 - ¿CÓMO SURGE SPOTIFY Y EN RESPUESTA A QUÉ PROBLEMÁTICA?

Spotify se origina en 2008, como un reproductor de música en streaming para ordenadores, se podía acceder a millones de canciones sin tener que descargarlas. Nace ante la problemática de la piratería que estaba sucediendo en la industria la cual para los creadores “era imposible de legislar”, ellos creían que la única manera de solucionar esta problemática era crear un servicio que fuera mejor que la piratería y que al mismo tiempo compense a la industria de la música.

## 2- ¿QUÉ ESTRATEGIA DE NEGOCIOS UTILIZÓ DESDE SUS INICIOS?

Desde sus inicios en 2008, se concibió como una aplicación para escuchar música online por ordenador, solo estaba disponible para algunos países europeos. Spotify es un mercado de dos caras donde se involucran artistas y fanáticos de la música. Los usuarios podían acceder a millones de canciones sin necesidad de descargarlas. Solo podían acceder a la aplicación aquellos que cuenten con una invitación, si no tenían que contratar una suscripción de pago. Su modelo de negocio es denominado “Freemium”, presta un servicio gratuito con publicidad y una membresía paga que permite a los usuarios escuchar sin límites de reproducción y sin publicidad.



## 2- ¿QUÉ ESTRATEGIA DE NEGOCIOS UTILIZÓ DESDE SUS INICIOS?

Desde sus inicios en 2008, se concibió como una aplicación para escuchar música online por ordenador, solo estaba disponible para algunos países europeos. Spotify es un mercado de dos caras donde se involucran artistas y fanáticos de la música. Los usuarios podían acceder a millones de canciones sin necesidad de descargarlas. Solo podían acceder a la aplicación aquellos que cuenten con una invitación, si no tenían que contratar una suscripción de pago. Su modelo de negocio es denominado "Freemium", presta un servicio gratuito con publicidad y una membresía paga que permite a los usuarios escuchar sin límites de reproducción y sin publicidad.

### 3- ¿CUÁL ES LA PROPUESTA DE VALOR DE SPOTIFY?

Propuesta de valor única Spotify ofrece cinco propuestas de valor principales: accesibilidad, precios, personalización, rendimiento y marca / estado. La compañía crea accesibilidad al proporcionar a los artistas musicales un medio para ganar dinero a través de su música. Les da la opción de transmitir su trabajo para que no tengan que depender únicamente de los ingresos de las descargas a través de servicios como iTunes. Brinda acceso a los consumidores al hacer que esta música esté disponible en un formato de transmisión. La empresa ofrece una propuesta de valor de precios. Proporciona una versión gratuita de su servicio y una prueba gratuita de 30 días para que los clientes puedan probarla. También hay una versión premium y la versión free en la que ofrecen funciones limitadas con un número limitado para saltar canciones y consumo de publicidad. Además, la compañía permite vía streaming la posibilidad de organizar listas de reproducciones con determinados criterios a través de diversos dispositivos móviles. Ya que Spotify permite a sus usuarios reproducir música en sus computadoras, tablets y celulares de manera gratuita.

### 3- ¿CUÁL ES LA PROPUESTA DE VALOR DE SPOTIFY?

Los usuarios pueden navegar a través de una biblioteca de 30 millones de canciones de artistas de todo el mundo y tienen la opción de buscar canciones individuales para crear sus propias listas de reproducción o escuchar una de las tantas listas de reproducción que Spotify posee (por ejemplo, hip-hop Hits, Peru Top 50). Además, los usuarios pueden seguir artistas, amigos o creadores de la música, esto implica que cada usuario puede compartir canciones con su red de seguidores y realizar un seguimiento a las canciones que escuchan las personas que sigue. También de acuerdo al historial musical de tu cuenta, Spotify te recomienda y crea ciertas listas de reproducciones similares a tus gustos musicales. Por último, Spotify posee una opción premium que se accede mediante una suscripción mensual por un cómodo precio, en esta opción se ofrece la posibilidad de descargar música y escuchar las playlist sin anuncios. La personalización ya que los clientes pueden buscar canciones y crear listas de reproducción para su música basadas en artista, género, álbum, sello discográfico y otras categorías. También es importante remarcar que Spotify ofrece su plataforma a los patrocinadores para su publicidad.



## 4- ¿QUÉ TIPO DE ESTRUCTURA TIENE Y POR QUÉ?

+

o

El negocio está dividido en pequeños grupos, llamados «squads», trabajando cada uno como una startup independiente. En la actualidad, hay 30 squads, 250 personas en total en tres países. Cada uno se centra en una función específica y trabaja por iteraciones desarrollando “productos mínimos viables” (PMV).

Realizan entregas frecuentes. Esos squads tienen sus propios espacios de trabajo y un organigrama, una estructura, plana a la hora de gestionar proyectos. Cada uno tiene un “product owner”, quien además se encarga de las relaciones con otras escuadras. Cada equipo es totalmente autónomo, con contacto directo con sus “stake holder”, y con ninguna dependencia o bloqueo con otros squads.

La interacción entre estos grupos pequeños se hace por medio de otras tres estructuras. Squads relacionados se agrupan en tribus, por ejemplo la tribu de infraestructura, o las tribus del reproductor de música. Estas tribus se comportan como «incubadoras» de los squads. Las tribus nunca deben tener más de 100 personas, para mantenerlas pequeñas y ágiles.



## 4- ¿QUÉ TIPO DE ESTRUCTURA TIENE Y POR QUÉ?

Las Tribes, también tienen que tratar de mantenerse autónomas unas de otras, aunque hay una cierta interacción necesaria entre ellas, sobre todo para proyectos específicos. Para mayor colaboración y comunicación, tienen otros grupos más grandes, llamados chapters y guilds.

Chapter ( División, Departamento, Sección ) El 'chapter' es otro tipo de agrupación cross-squad, que se focaliza en áreas de competencia, como por ejemplo, la calidad, el desarrollo front o back, el ux/ui, etc ....

Los 'chapters' están dirigidos por un 'chapter lead', cuyo propósito principal es apoyar y enfocar el crecimiento de los miembros del 'chapter', tanto como individuos como grupo.

Guild ( Gremio ) Esta organización, más parecida a una comunidad de interés, agrupa personas de toda la compañía que quieren compartir conocimiento en un área específica. Es una comunidad abierta, cualquiera puede unirse al gremio o salir de el en cualquier momento. Las personas pueden pertenecer a uno o varios gremios. Cada persona puede decidir cuán de activo o inactivo es en relación a cada uno de los gremios a los que está adscrito.



## 5- ¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA SPOTIFY IMPLEMENTAR "METODOLOGÍAS ÁGILES?"

La startup sueca fue una de las primeras en trabajar con metodologías ágiles para facilitar el trabajo cuando creciera el número de desarrolladores y los procesos se hicieran más complejos.

La plataforma empezó con Scrum, una metodología para trabajar de forma colaborativa en equipos pequeños y altamente productivos.

Con Scrum, Spotify comenzó a adoptar nuevas metodologías ágiles para dar autonomía a los equipos de desarrollo de software, aprender de los errores y potenciar un trabajo colaborativo. Juan Manuel Serruya, director de Ingeniería de Spotify, ha dicho en distintas conferencias que cuando iniciaron, tenían la estructura de la mayoría de las startups del mundo: un mismo equipo para iOS, Android, Web y Backend, pero cuando empezaron a escalar y a aumentar la cifra de desarrolladores tuvieron problemas de comunicación y de velocidad.



## 5- ¿QUÉ SIGNIFICÓ PARA SPOTIFY IMPLEMENTAR "METODOLOGÍAS ÁGILES?"

Trabajar con metodologías ágiles para Spotify representa contratar más productores, ingenieros y diseñadores para producir más rápido. “Las metodologías ágiles son la única manera de ganar, es la única ventaja de una compañía que compite con empresas que tienen recursos infinitos”, resaltó. Uno de sus principios se basa en tener reglas al principio, pero luego romperlas y crear unas mejor adaptadas a las necesidades de sus equipos y su negocio.

Spotify pretende (esforzándose) estar a la altura de una alta alineación con una alta autonomía y siguen experimentando con diferentes formas de hacerlo. Aquí los líderes se concentran en qué problema necesita ser resuelto y los equipos averiguan cómo debe ser resuelto dicho problema. De esta manera, la alineación permite la autonomía. Cuanto mayor sea la alineación, mayor será la autonomía que puedan permitirse conceder.



## 6-¿QUÉ SON LOS SQUADS, TRIBUS, CAPÍTULOS Y GREMIOS?

El modelo de organización de Spotify se basa en la creación de equipos interdisciplinarios llamados escuadrones, los cuales se enfocan en una área de funciones específica y trabajan de manera autónoma. Estos equipos tienen entre 6 y 12 miembros y están guiados por un objetivo único que guía el trabajo que se realiza. Cada escuadrón cuenta con un orientador ágil para brindar apoyo y un propietario del producto para las indicaciones. Los escuadrones determinan qué marco o metodología ágil se utilizará para lograr sus objetivos. Cuando varios escuadrones se coordinan en una misma área de funciones, forman una tribu. Las tribus ayudan a fomentar la organización entre los escuadrones y suelen constar de entre 40 y 150 personas para mantener la alineación.

Cada tribu tiene un responsable encargado de contribuir a la coordinación de los escuadrones y promover la colaboración. Aunque los escuadrones son autónomos, es fundamental que los especialistas sigan las prácticas recomendadas. Los capítulos son el grupo que tiene cada especialista y ayudan a mantener los estándares de ingeniería en una disciplina. Suelen estar dirigidos por un responsable de tecnología sénior, que también puede ser el gestor de los miembros del equipo de ese capítulo. Los miembros del equipo que son expertos en un tema pueden formar un gremio, que es esencialmente una comunidad de interés.

Cualquiera puede unirse a un gremio de forma totalmente voluntaria. Si bien los capítulos pertenecen a una tribu, los gremios pueden abarcar diferentes tribus. No hay ningún responsable formal de un gremio.



## 6-¿QUÉ SON LOS SQUADS, TRIBUS, CAPÍTULOS Y GREMIOS?

En lugar de ello, alguien levanta la mano para ser el coordinador del gremio y ayudar a reunir a la gente. El trío es una combinación de los responsables de la tribu, del producto y del diseño. Cada tribu tiene un trío para garantizar la coordinación continua entre estas tres perspectivas al trabajar en las áreas de funciones. A medida que las organizaciones van escalando, en ocasiones, varias tribus necesitan trabajar estrechamente para lograr un objetivo.

Las alianzas son una combinación de tríos de tribus que colaboran para ayudar a sus tribus de cara a una meta que es más grande que cualquiera de las tribus. En resumen, el modelo de organización de Spotify es un sistema escalable y simplificado que se enfoca en la creación de equipos interdisciplinarios autónomos llamados escuadrones, los cuales se enfocan en un área de funciones específica y trabajan de manera colaborativa para lograr objetivos únicos.

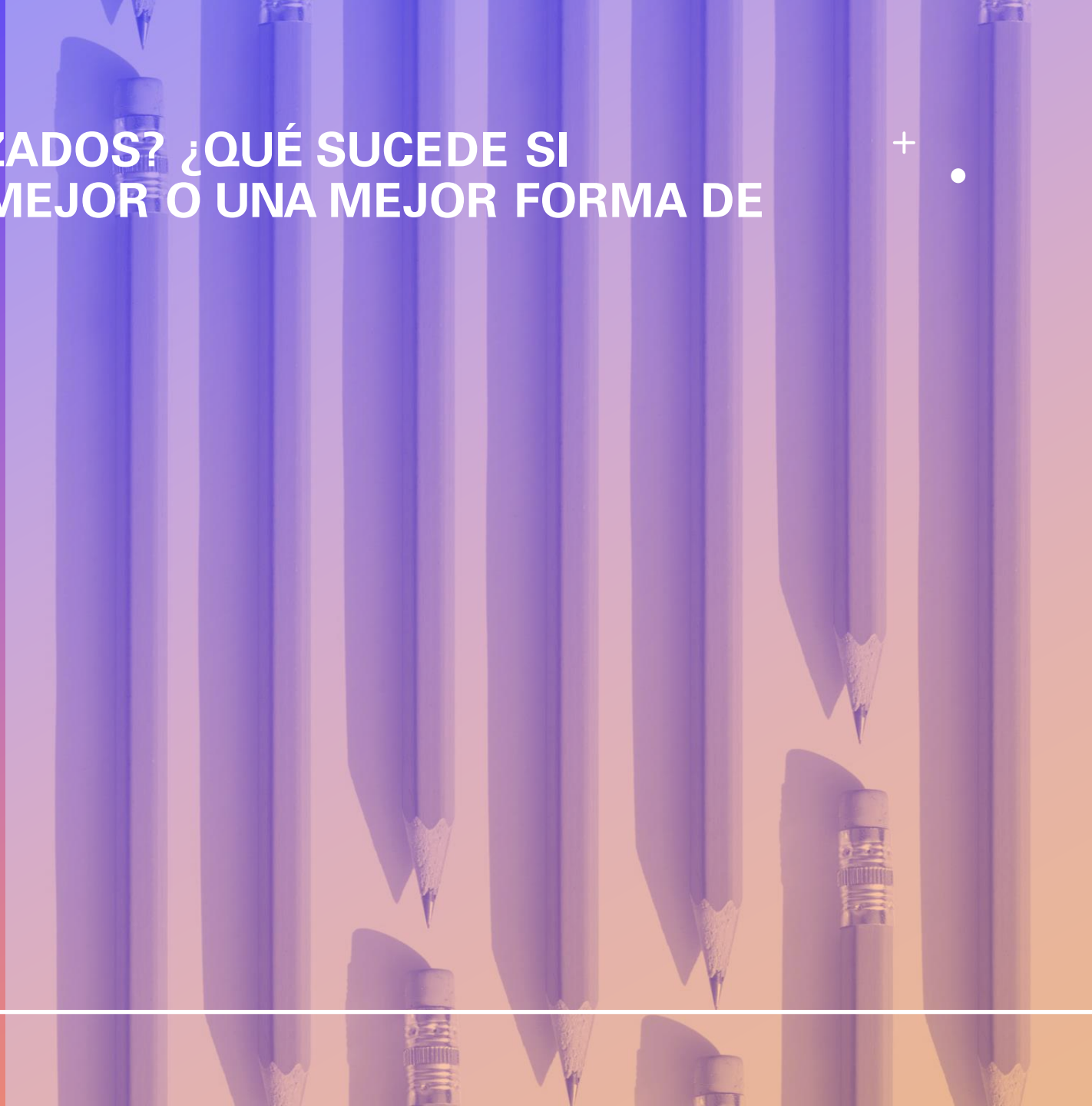
Estos equipos pueden coordinarse en una tribu, donde se fomenta la colaboración entre los diferentes escuadrones. Además, los especialistas forman parte de un capítulo y los expertos en temas específicos pueden unirse a un gremio. Todo esto se coordina mediante el trío y, si es necesario, en alianzas



## 7- ¿TIENEN PROCESOS ESTANDARIZADOS? ¿QUÉ SUCEDE SI ENCUENTRAN UNA HERRAMIENTA MEJOR O UNA MEJOR FORMA DE HACER LAS COSAS?

Spotify tiene poca o ninguna estandarización de procesos. No existe como tal un estándar y la creencia en el modelo es basarse más en que emerjan nuevas formas de trabajar en base a la experiencia, que en estandarizar las que deban ser usadas. Esto es, si muchagente de la compañía encuentra alguna herramienta muy cómoda y útil, y esa herramienta resulta ser fácil de implantar y del agrado de los equipos, entonces los otros squads terminarán usando esa misma herramienta. De esta manera, se consigue que algo dinámico se convierta en un estándar

---



# 8-¿QUÉ SON LOS HACKATONES?

Los hackatones son experiencias colectivas ligadas a temas de programación y desarrollo de 'software' o 'hardware' para lograr una meta en común en un corto período de tiempo.

La palabra 'hackathon' se compone de la unión de dos palabras: 'hacker' y 'marathon'.

- + Los objetivos van por dos caminos: hacer aportes al proyecto encomendado y aprender de forma colaborativa entre todos los participantes. En Spotify, organizan lo que se llaman
- Hack Weeks. Los empleados de Spotify en todas las funciones de todo el mundo esperan con ansias la semana anual en la que dejan de lado su trabajo habitual y colaboran en ideas que combinan sus pasiones, creatividad y habilidades. Hack Week se convirtió en una experiencia a gran escala con un sitio web interno dedicado, un portal Skill Exchange (en sí mismo un proyecto de Hack Week), una identidad visual desarrollada y una campaña de comunicación interna para generar entusiasmo y difundir conocimientos. Los beneficios de Hack Week son infinitos ya que genera oportunidades para colaborar fuera del equipo diario, brinda a los empleados flexibilidad para mejorar el producto y busca salir de las zonas de confort. La amada lista de reproducción Discover Weekly se originó como una idea de Hack Week, al igual que la capacidad de excluir listas de reproducción seleccionadas de su perfil Taste
-



## 9-¿QUÉ LE PERMITE A SPOTIFY LA AUTONOMÍA?

+

La autonomía es un aspecto clave en la cultura y el modelo de negocio de Spotify. La empresa ha diseñado su organización y procesos de trabajo para fomentar la autonomía de sus empleados en la toma de decisiones y la ejecución de proyectos. Esto le permite a Spotify:

- Mayor velocidad y flexibilidad: Al empoderar a sus empleados para tomar decisiones y actuar de manera autónoma, Spotify puede moverse más rápidamente y adaptarse a los cambios del mercado de forma más eficiente.
- Innovación continua: La autonomía también permite a los empleados de Spotify experimentar y probar nuevas ideas sin tener que pasar por múltiples niveles de aprobación. Esto fomenta la innovación y ayuda a la empresa a mantenerse a la vanguardia de su industria.
- Mayor compromiso y motivación: Los empleados de Spotify se sienten valorados y respetados por su empresa al tener la autonomía para tomar decisiones y trabajar de manera autónoma. Esto aumenta su compromiso y motivación en el trabajo, lo que puede llevar a una mayor productividad y satisfacción laboral.
- Responsabilidad compartida: La autonomía también significa que los empleados son responsables de su trabajo y de los resultados que producen. Esto fomenta la responsabilidad compartida y un sentido de propiedad en el trabajo, lo que puede llevar a una mayor calidad y eficiencia en la ejecución de proyectos.

# 10- ¿CÓMO AFRONTA SPOTIFY LOS CAMBIOS?

Spotify, al ser una empresa tecnológica en constante evolución, se enfrenta a cambios continuos en su entorno, tanto internos como externos. Para afrontar estos cambios, Spotify utiliza un enfoque ágil y centrado en el usuario para la toma de decisiones y el desarrollo de productos. Algunas de las prácticas que Spotify utiliza para afrontar los cambios:

- Enfoque ágil: Spotify utiliza una metodología ágil en su proceso de desarrollo de software, lo que significa que se enfoca en la entrega constante y frecuente de pequeñas mejoras en lugar de grandes lanzamientos infrecuentes.

- Esto les permite responder rápidamente a los cambios en el mercado y a las necesidades de los usuarios.
- Investigación y análisis de datos: Spotify realiza investigaciones de mercado y análisis de datos para comprender las necesidades y comportamientos de sus usuarios. De esta manera, pueden ajustar su enfoque y desarrollo para satisfacer las demandas cambiantes.
- Iteración continua: La empresa realiza pruebas y experimentos constantes con nuevos productos y funciones, lo que les permite obtener retroalimentación temprana y ajustar el enfoque en consecuencia.

- Esto también les permite aprender rápidamente de los errores y adaptarse a los cambios en el entorno.
- Comunicación abierta y colaboración: Spotify fomenta una cultura de comunicación abierta y colaboración entre equipos. Esto significa que los equipos pueden trabajar juntos para enfrentar los cambios y compartir sus conocimientos y experiencias.
- Adquisiciones y fusiones: Spotify también ha adquirido y fusionado con otras empresas para expandir su oferta de productos y servicios y hacer frente a los cambios en el mercado. Un ejemplo de esto es la adquisición de la compañía de podcasting Gimlet Media.



TP SPOTIFY

+



o



•



# GRACIAS

Mantovano Mateo

Lucas Medina

Alan Palavecino

Jeronimo Chipy

Leandro Ravera

Nazareno Pisoni