



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

El nuevo método de disfrutar la televisión: Las
plataformas de Streaming

The new method of enjoying TV: Streaming
platforms

Autor/es

Sergio Muñoz Ubide

Director/es

Eva Martínez Salinas

Facultad de Economía y Empresa

2019/2020

Índice

1. Introducción y objetivos.....	4
2. Cambios en el modo de usar la televisión.....	5
3. La Tecnología y las Plataformas de Streaming.....	6
4. Plataformas de Streaming más relevantes.....	8
4.1 Plataformas de televisión y telefonía.....	8
4.2 Plataformas enfocadas a películas y series.....	10
4.3 Otras.....	13
5. Estrategias de Marketing para llegar al consumidor.....	13
5.1 Producto y precios.....	13
5.2 Distribución.....	19
5.3 Comunicación.....	19
6. Estudio de Mercado.....	24
6.1 Objetivos.....	24
6.2 Metodología.....	25
6.3 Características de la muestra.....	25
6.4 Resultados.....	26
7. Conclusiones.....	37
8. Bibliografía.....	40
9. Anexos.....	44
9.1 Anexo 1.....	44
9.2 Anexo 2.....	58

RESUMEN

La forma que disponemos en la actualidad de disfrutar de la televisión no es la misma que hace años, el acceso de todo el mundo a Internet y la aparición de nuevas tecnologías como smartphones y tablet ha hecho que la televisión no sea nuestro único método de consumir contenido televisivo, ni el único modo, al aparecer las plataformas de Streaming.

Por ello, los objetivos que buscamos en este trabajo son analizar el sector de las plataformas de Streaming y conocer la opinión de los consumidores acerca de las distintas plataformas.

Para conocer la opinión de los consumidores se ha realizado una encuesta que ha sido respondida por una muestra de 311 encuestados. De los resultados se desprende que el consumo de televisión tradicional cada vez es menor, mientras que el consumo de plataformas de Streaming se encuentra cada vez en más casas. El motivo de esta expansión de las plataformas de Streaming no se debe al precio, sino a disponibilidad de contenido que ofrecen.

ABSTRACT

The way we currently enjoy television is not the same as it was years ago. Worldwide access to the internet and the appearance of new technologies such as smartphones and tablets has made television not our only method of consuming television content, and not the only way, due to streaming platforms.

Therefore, the objectives that we look upon in this work are to analyze the streaming platforms sector and know the opinion of consumers about the different platforms.

To know the opinion of consumers, a survey has been answered by a sample of 311 survey respondents. The results show that traditional television consumption is decreasing, while streaming platforms consumption is found in more homes. The reason for this streaming platforms expansion is not due to the price, but to the availability of content that it offers.

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

En los últimos años, el método en el que la población utiliza la televisión ha cambiado, esto se debe los cambios en la forma de consumo y los cambios tecnológicos que provocan unos precios mucho más bajos a la hora consumir tanto en dispositivos tecnológicos como en líneas de fibra óptica e internet, que facilitan la aparición de nuevos métodos de ver la televisión como plataformas de Streaming.

Las plataformas de Streaming son canales de emisión en directo, que permiten a los usuarios visualizar en directo el contenido a la carta que se les ofrece, actualmente más de la mitad de la población española se encuentra suscrita a alguna plataforma de Streaming en sus hogares.

Desde el punto de vista del marketing las empresas utilizan diferentes estrategias de publicidad y distribución del producto, y fijación de precios, que hacen que por su gran variedad, disponibilidad y bajos precios, tengan un gran éxito en los consumidores.

El principal objetivo de este trabajo es doble, se trata de analizar el sector de las plataformas de Streaming y conocer la opinión de los clientes sobre las mismas. Para ello planteamos unos subobjetivos que son:

- Conocer los cambios que se han producido en la forma en que la población usa la televisión.
- Ver cómo influye la tecnología e internet en el consumo de las plataformas de Streaming.
- Analizar las principales plataformas de Streaming en España.
- Conocer las principales estrategias de marketing que usan las plataformas de Streaming para llegar al consumidor.
- Estudiar la opinión de los consumidores sobre las plataformas de Streaming.

Para ello, la primera parte del trabajo consistirá en conocer cómo ha cambiado el método de usar la televisión actualmente, posteriormente analizaremos las principales plataformas de Streaming que se encuentran en España, y con ellas sus estrategias de marketing para llegar al consumidor: producto, precios, distribución y comunicación. Después, realizaremos un estudio de mercado a través de una encuesta para conocer la opinión de los consumidores sobre las plataformas de Streaming y por último llevaremos a cabo conclusiones.

2. CAMBIOS EN EL MODO DE USAR LA TELEVISIÓN

Según el sondeo de la Audiencia General de Medios del año 2019 en su tercera ola, la televisión es el medio de comunicación con mayor penetración en la sociedad española (85'0%), seguido de Internet (80'7%) y de la radio (56'3%).

Si observamos la evolución en los 10 últimos años, el porcentaje de población o viviendas que disponen o tienen acceso en su casa se ha mantenido prácticamente constante, con un 87'9% en 2010, igual que la población que puede ser alcanzada por la radio cuyas cifras en 2010 eran de un 56'9%. Sin embargo, la población que tiene acceso a internet hoy en día ha evolucionado muchísimo, de 38'4% en 2010 a 80'7% en 2019, esto significa que en los últimos años mucha más gente dispone y consume internet, ya no solo como medio de información, sino también como entretenimiento. *(Audiencia General de Medios)*

Este cambio del consumo hacia Internet afecta, en parte, al consumo televisivo, que se une a muchos otros cambios tecnológicos, sociales y culturales para alcanzar el modo de televisión actual que conocemos. Desde la primera experiencia televisiva real en 1926 hasta los televisores LED conocidos actualmente han sufrido muchas transformaciones.

En España la televisión comenzó a emitirse el 28 de Octubre de 1956 en blanco y negro y hasta 1972 no apareció la televisión a color. Solo se disponía de 2 canales, TVE y la segunda cadena TVE2, fue en la década de los 80s cuando comenzaron a aparecer terceras cadenas, las autonómicas y no fue hasta la década de 1990 cuando aparecieron las primeras cadenas privadas como antena 3, Telecinco y Canal+ cuya mayor parte del contenido era de pago, que ofrecían una mayor variedad de programas.

Actualmente, El dominio de la televisión como medio de comunicación principal se ve amenazado por internet, un medio que lleva años creciendo sin parar. Sin embargo, la televisión continúa siendo el medio con más penetración según la AGM, como hemos visto. Centros de estudio como el Pew Center Reserch o el NiemanLab afirman que el consumo de televisión por la población joven, entre 18 y 29 años, se rebajó al 38% en 2018 mientras que el consumo de Internet se eleva a un 79%. Por estas tendencias de consumo afirman que las curvas de consumo se cruzarían en un par de años. *(ReasonWhy, 2018).*

La televisión sigue teniendo un papel fundamental a la hora de transmitir eventos, principalmente deportivos, pero la televisión como fuente de información está siendo poco a poco relevada por otras fuentes de información. En el caso de transmitir información redes sociales como Twitter, es una de los principales medios de información sobre todo por la velocidad de transmisión, Twitter tiene una agilidad que supera a cualquier medio de comunicación.

Hace unos años la televisión era el principal medio de comunicación en cuanto a información. Actualmente, la televisión ocupa un papel fundamental como fuente de información o entretenimiento entre quienes no tiene internet o lo usan poco. Esto no significa que la televisión vaya a desaparecer en el medio plazo, pero si se han modificado los rasgos que la conocían. (*Inmediaciones.org, 2018*).

Ahora disponemos una gran variedad de canales con la televisión de pago que satisfacen nuestros gustos y necesidades con la aparición de las SMART TV, tablets, Ipads y ordenadores portátiles, lo que ha quitado cuota de mercado a la televisión convencional. Ya no tenemos la contemplación de estar a una hora exacta para visualizar o grabar los programas a través del decodificador o Smart TV, ahora disponemos de opciones de ver los videos a la carta a través de aplicaciones en las televisiones inteligentes.

El hecho de alquilar películas o comprar DVDs, se está quedando poco a poco obsoleto, con la aparición de ciertas plataformas que nos permiten ver series y películas a nuestro gusto y disposición.

El concepto de televisión va evolucionando según las tendencias y disposición de los consumidores.

3. LA TECNOLOGÍA Y LAS PLATAFORMAS DE STREAMING

Como he señalado anteriormente, la aparición de nuevas tecnologías ha modificado el consumo de televisión, todo esto facilitado por la enorme evolución del uso de internet.

Según datos del INE en 2019, nueve de cada diez personas de entre 16 y 74 años han usado internet en los últimos tres meses, y el 78'2% de las mujeres y el 77% de los hombres usan internet a diario. Además, el 80,9% de los hogares con al menos un miembro de 16 a 74 años dispone de algún tipo de ordenador ya sea de sobremesa, portátil, tablet... Este dato se ha incrementado con respecto al año anterior por un

incremento de las tablets que se encuentran en más de la mitad de los hogares. (INE, 2019).

Este incremento de las TIC en los hogares conlleva a un consumo audiovisual mucho más sofisticado, permiten acceder a ver los programas o series en el momento o lugar que se desee. Con esta evolución en la tecnología y en el consumo, donde cada vez estamos más acomodados surgen las plataformas de Streaming.

En los últimos años las plataformas de Streaming forman cada vez más, parte de nuestras vidas, pero sus comienzos fueron en los años 20.

Streaming es un concepto anglosajón utilizado para definir una forma de consumir contenido a través de la red sin la necesidad de tener que descargarlo. La primera noción que tenemos del Streaming es de la década de 1920, donde la empresa Muzak creó una línea continua de música para negocios. (Wikipedia)

Muzak se trata de una empresa del creador estadounidense George O. Squier quien patentó la capacidad de su tecnología de reproducir música sin el uso de radio. (Wikipedia)

El primer “boom” del Streaming se observó en las estaciones de radio por internet, ya que no necesitaban una conexión de internet potente para escuchar música de forma fluida. Para el Streaming ha sido muy importante la evolución de internet dado que las primeras transmisiones se realizaban a través de líneas de teléfono convencionales donde la máxima velocidad que se podía conseguir era 27kbps con la que era imposible emitir a tiempo real. Con el desarrollo en infraestructura como el ADSL o la fibra óptica la velocidad dejó de ser un problema, además los precios para acceder a una línea de Internet son cada vez menores lo que lo hace más accesible para las personas y permite que el Streaming se convierta en lo que es hoy en día. (La Historia del Streaming, 2016).

En las plataformas de Streaming podemos visionar series, películas, videos, música e incluso programas de televisión entre otros. Se nos permite consumirlas en directo, en diferido e incluso descargarlas y verlas después aunque no dispongamos de conexión.

Es innegable que las plataformas de Streaming forman ya parte de nuestra sociedad, la mayor parte de la población consumimos Youtube, Spotify, Netflix entre otras. Aunque hay un mayor consumo en aquellas que necesitan una suscripción, es decir, un pago mensual por sus contenidos en los que se encuentran series, películas o programas de las

cuales tienen acceso a sus derechos, de este tipo encontramos plataformas como Netflix, HBO, Amazon Prime, A3player, Movistar etc.

4. PLATAFORMAS DE STREAMING MÁS RELEVANTES

A continuación pasaremos a analizar las plataformas de Streaming más relevantes en España. Distinguiremos aquellas que pertenecen a plataformas de televisión y telefonía, aquellas cuyo principal objetivo es ver películas o series y por últimos aquellas plataformas destacables que tienen otra función.

4.1 Plataformas de televisión y telefonía

Movistar +

Movistar + es una plataforma de televisión de pago española propiedad de Telefónica, con sede en la Avenida de los Artesanos, 6, 28760 Tres Cantos, Madrid. Creada en 2015 por la fusión de movistar y canal + tras comprar las acciones de PRISA y Mediaset España por un valor similar a 1.000 millones de euros. Podemos contratar Movistar+ en España y también en Andorra bajo el nombre de SomTV. Movistar cuenta con el 59% de la cuota de mercado en plataformas de televisión por suscripción con más de 4 millones de suscripciones según datos del CNMC en el tercer trimestre de 2019. *(Wikipedia)*

En España podemos encontrar 7.090 tiendas físicas Movistar repartidas por toda España, en las que podemos contratar este servicio. Además, de la tienda online que se encuentra en la página web.

Vodafone TV

Vodafone TV es un servicio de televisión digital que ofrece Vodafone en España mediante televisión por internet a través de ADSL o fibra óptica.

Vodafone TV surge en 2006 con Vodafone Live! TV que permitía ver la programación de televisión a través de la tecnología 3G del teléfono móvil, al comienzo disponía de 10 canales digitales (Eurosport, MTV, Discovery Channel, HBO, CNN+, FOX, Chilli, UEFA, Playboy, Blue) y al final de año Vodafone alcanza un acuerdo para distribuir Digital+ Móvil ampliando los canales hasta 25.

En 2009 Vodafone anunció la integración de Gol Televisión en la oferta de Vodafone Live! TV y en 2010 ya ofrecía Gol Televisión con la oferta de ADSL.

En 2014, Vodafone acuerda la compra de Ono por 7.200 millones de euros, ofreciendo el servicio de televisión Ono TV.

En 2015 Vodafone TV se convierte la primera plataforma de televisión en España en incluir el servicio de Netflix en televisión por internet. Y en 2016 incorpora el servicio de Streaming de HBO, además de comercial un decodificador que permitía ver la televisión en 4K. (*Vodafone.es*)

Actualmente Vodafone TV es la segunda plataforma de televisión por suscripción en número de abonados en España, con 1.314.986 abonados, equivalentes al 19% del mercado según datos del CNMC en el tercer trimestre de 2019. Su sede se encuentra en Avenida de América 115, 28042, Madrid. (*Wikipedia*)

En España, Vodafone dispone de 1498 tiendas físicas donde podemos contratar el servicio de Vodafone TV o también en su tienda online.

Orange TV

Orange TV es un servicio de televisión digital que ofrece Orange en España mediante televisión por internet a través de fibra óptica o ADSL.

Surgió en 2006 como Orange World TV que era una plataforma de televisión por suscripción que usaba la tecnología 3G del teléfono móvil, en su inicio, únicamente contaba con 9 canales. En 2008 Orange llegó a un acuerdo con Sogecable para distribuir Digital+ por satélite, además posteriormente incorporaría Gol Televisión a su catálogo.

Fue en 2011 cuando sacó una App disponible a través de Android Market y Apple Store que disponía de un catálogo de canales y permitía previsualizar y hacer zapping en sus canales. Posteriormente, en 2013 fue cuando ya lanzaron por fin el servicio Orange TV que permitía conectarse desde cualquier dispositivo con contenido a la carta y en 2015 Orange comercializó un decodificador 4K con servicio de televisión junto a Rakuten TV y Netflix.

Actualmente Orange TV es la tercera plataforma de televisión por suscripción en número de abonados en España, con 667.694 suscriptores, equivalentes al 10% del mercado. (*Wikipedia*)

Se puede contratar el servicio de Orange TV en las 2.041 tiendas Orange que hay repartidas por toda España o en la página web de Orange.

4.2 Plataformas enfocadas a películas y series

En este apartado nos centraremos solamente en los cuatro que actualmente tienen más repercusión en España pero hay muchísimos más, por ejemplo: Rakuten TV, Dazn, Sky TV, Filmin etc.

Netflix Inc.

Netflix Inc es una empresa de entretenimiento estadounidense dedicada a la distribución de contenidos audiovisuales a través de un servicio de video bajo demanda por Streaming.

Netflix tiene sede en Los gatos, California, 100 Winchester Circle. (*Wikipedia*)

La compañía se fundó en 1997 por Marc Randolph y Reed Hastings como una compañía de alquiler de DVD. Según comenta la propia compañía, Netflix surgió cuando Reed Hastings alquiló la película Apolo 13 y tuvo que pagar una multa de 40\$ por devolverla con retraso. Por lo que molesto, decidió crear una cadena de videoclub con dos características que no estaban disponibles entonces en los videoclubes convencionales: que no hubiera cargos por pagos atrasados y poder alquilar desde casa. Aunque Randolph desacredita esta historia, afirmando en el libro *Netflixed* que surgió con la idea de crear una red de comercio electrónico que eligió como producto el DVD. (*El rincón del Marketing*)

Netflix no inició un servicio de video bajo demanda para poder ser usado en ordenadores hasta 2007 y en 2008 incluyó ya el servicio de Streaming en tablets, videoconsolas y demás dispositivos.

A partir de 2016, Netflix ya llegó a todo el mundo con la excepción de China (salvo Hong Kong y Macao), la región de Crimea y Siria. Según datos de la propia compañía en enero de 2020 cuenta con 156 millones de clientes en todo el mundo. (*Netflix.com*)

HBO

HBO (Home Box Office) es un canal de televisión por suscripción que pertenece a Home Box Office Inc. propiedad de Warner Media cuya sede se encuentra en Nueva York.

HBO fue el primer canal de cable y satélite creado como un canal de televisión de transmisión no terrestre. En 1965 Charles Francis Nolan construyó un sistema de cable subterráneo en Manhattan mediante el que se usaban antenas de microondas para recibir la señal, ya que, los edificios tan altos y los rascacielos de la ciudad bloqueaban la señal emitida a través de los postes de telefonía.

Durante los primeros años de 1970, Nolan buscaban nuevas fuentes de financiación para su franquicia y creó un Green Channel que permitía a sus suscriptores pagar un poco más para poder ver sus películas sin cortes y anuncios, así como eventos deportivos.

En 8 de noviembre de 1972 The Green Channel fue comprado por Time Life y pasó a llamarse Home Box Office.

HBO experimento un gran éxito siendo nominada y laureada a los premios Emmy y Globos de Oro durante la década de los 90. *(Wikipedia)*

En 2012 se formó HBO Europe, donde su canal y servicio por suscripción llega a más de 60 países propiedad de Home Box Office Inc. filial de Time Warner Inc. En España tenemos una división de HBO Europe, llamada HBO España, la cual tiene un acuerdo exclusivo con Vodafone TV para poder acceder a su servicio de Streaming a través de Vodafone TV, además de mediante dispositivos móviles, tabletas y ordenadores.

HBO llega a 150 países a lo largo de todo el mundo estableciendo su presencia a nivel global. *(HBO España)*

Prime Video

Prime Video también conocida como Amazon Prime Video es un servicio de video bajo demanda propiedad, desarrollado y operado por parte de Amazon.

Fue lanzado el 7 de Septiembre de 2006 como Amazon Unbox en Estados Unidos, se trataba de un servicio que creció debido a su biblioteca y añadió la afiliación de Prime

Video con el desarrollo del Prime. Entonces pasó a llamarse Amazon Instant Video on Demand.

En 2011 después de adquirir el servicio de transmisión por correo LoveFilm Prime Video fue añadido a Amazon Prime en Alemania, Reino Unido y Australia.

El 14 de Diciembre de 2016, Amazon anunció su expansión de Prime Video en 200 países más, lo que le dio una presencia global, ya que actualmente Prime Video está disponible en todos los países del mundo salvo Siria, China continental, Irán y Corea del Norte. *(Wikipedia)*

Podemos utilizar Prime Video en nuestras Smart TVs, reproductores BlueRay, consolas, reproductores multimedia, tablets y teléfonos android, iphone e ipads, Google Chromecast y Fire TV Sticks, descargando la aplicación de Prime Video.

(PrimeVideo.com)

Disney +

Disney + es un servicio de video en línea operado por Disney Streaming Services, una filial de The Walt Disney Company.

El servicio principalmente distribuye películas y series de televisión producidas por The Walt Disney Studios and Walt Disney Television, además, del contenido de las marcas filiales entre las que se encuentran Disney'sMarvel, NationalGeographic, Pixar y StarWars, LucasFilm, Blue SkyStudios y 20th Century Studios.

Disney + es un servicio prácticamente nuevo, cuando en 2019 los servicios de Disney con Netflix acabaron, Disney vió la oportunidad de realizar ellos ese servicio de Streaming con su propio contenido característico. Disney + debutó el 12 de Noviembre de 2019 en Estados Unidos, Canadá y Países Bajos. Una semana más tarde, el servicio se expandió a Nueva Zelanda y Puerto Rico y en Marzo de 2020 llegó a los países europeos. Disney + está disponible en la India bajo el nombre de Disney+ Hotstar, además planea mas expansiones a lo largo de 2020 y 2021 como Latinoamérica y el resto de Europa.

Disney+ llegó a España el 24 de Marzo de 2020 y dispone ya de 50 millones de usuarios en todo el mundo según datos de Abril de 2020. *(Wikipedia)*

4.3 Otras plataformas

ATresPlayer

ATresPlayer es un servicio de Trasmisión por internet y televisión de ATresMedia. En ella podemos disfrutar de todos los canales que se encuentran bajo ATresMedia (donde te permite elegir entre programas, documentales, infantil etc.) y de las canales de Flooxer y Novelas Nova.

ATresPlayer cuenta con la opción adicional de convertirse en consumidor Premium con lo que se adquieren ciertas ventajas. (*A3Player.com*)

Mitele

Mitele es un servicio de transmisión por internet de Mediaset España. Se pueden ver los canales del grupo Mediaset además de programas, series, películas y música.

En Mayo de 2018, sacó tres nuevos canales: “Mitelefún” donde se emiten los mejores contenidos de humor emitidos por Mediaset, “Miteleumpplugged” reúne series y programas que hicieron historia en su emisión en TV y “MiteleWala” un canal dedicado a los más jóvenes. (*Mediaset.es*)

Además el 22 Julio de 2019 apareció la opción Miteleplus donde puedes acceder a contenidos y productos exclusivos. (*Telecinco.es*)

5. ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LLEGAR AL CONSUMIDOR

Para estudiar las estrategias de Marketing que llevan las empresas observaremos las 4P del Marketing Mix: Producto, Precio, Distribución y Comunicación. Vamos a ver las 4P en las siguientes plataformas:

5.1. Producto y Precios

Movistar Plus

Movistar cuenta con el paquete familiar como producto base, al cual podemos añadir paquetes adicionales de diferentes temáticas, ya sean deportes, cine, series o canales a la carta como caza y pesca, toros y Playboy TV, en función de los intereses de cada uno.

En el paquete básico familiar podemos encontrar canales de cine, series, infantiles e informativos entre otros. Además, incluye los canales exclusivos de Movistar “#0” y “#Vamos”.

“#0” es un canal Movistar dedicado al entretenimiento y “#Vamos” dedicado al deporte.

Además, contratando Movistar plus podemos acceder a las siguientes funciones:

Grabaciones: Movistar nos permite realizar grabaciones de series completas para verlas en cualquier momento.

Ver Movistar + en cualquier dispositivo sin conexión: Con la aplicación de Movistar + se pueden ver en nuestras tablets, teléfonos, ordenadores o Smart TVs contenidos exclusivos Movistar entre los que podemos encontrar series, programas y películas para ver en cualquier momento o lugar.

Se puede ver toda la programación en diferido hasta 7 días después de su emisión.

Se pueden pausar y retroceder hasta el inicio los programas en directo.

Multiacceso Hogar: permite que hasta 4 dispositivos se conecten simultáneamente a Movistar +, de los cuales 3 de ellos pueden estar conectados a la red del hogar y el cuarto dispositivo a cualquier otra red.

Además se permite alquilar películas solo unos meses después de su estreno en cines para verlas en 24/48 horas.

Podemos contratar el paquete básico familiar por 55€ al mes.

Como ya he comentado anteriormente, además de este paquete básico que ofrece Movistar podemos añadir canales contratando diferentes paquetes dependiendo de nuestra modalidad de contratación. Esto dependerá de si tenemos solamente Movistar + o contratamos Movistar fusión donde se incluye fibra, teléfono fijo, líneas telefónicas y televisión.

En la tabla 1 del Anexo 1 se recogen los canales que podemos añadir a Movistar+ de forma individual.

Además, Movistar plus se puede obtener mediante fusión que incluye telefonías fijas y móviles.

Dentro de fusión sin entrar en la telefonía podemos encontrar todos los paquetes incluidos anteriormente pero además movistar nos permite tener acceso a Netflix con los paquetes fusión x2 (donde se puede acceder con 2 cuentas a Netflix) y fusión x4 (donde se puede acceder con 4 cuentas).

Encontramos desde los paquetes más básicos, como son Fusión 0 x2 100MB y son Fusión 0 x4 100MB por 64 y 68€ respectivamente, hasta el paquete más caro Fusión Total Plus x4 que nos ofrece todos los servicios de movistar por 209€ mensuales.

También Movistar nos da la oportunidad de tener acceso a Disney+ junto con Netflix en diversos packs que van desde Fusión Selección Plus Ficción 100MB por 99€/mes hasta el paquete más caro Fusión Total Plus x4 que nos ofrece todos los servicios de movistar por 209€ mensuales. (*Movistar.es*)

Vodafone TV

Vodafone permite con tu tarifa de fibra+móvil acceder a la programación de Vodafone TV y a sus canales.

Para solicitar Vodafone TV es necesario una tarifa ADSL, Vodafone One, que oscila entre los 64'99€/mes y 109'99€/mes dependiendo la velocidad de fibra simétrica. Partiendo de esta base se pueden contratar 5 packs diferentes y además, también se puede acceder a distintos canales temáticos, recogidos en la Tabla 2 del Anexo 1.

Orange TV

Se puede solicitar Orange TV de forma individual en el caso de tener dispositivos inteligentes (ordenadores, tablets, smartphones o smartTV) o mediante decodificador con las tarifas de Fibra+Móvil "Love" o contratando una línea de ADSL. Las tarifas base "Love" de Orange se encuentran recogidas en la Tabla 3 del Anexo 1.

Las tarifas de las que dispone Orange TV se encuentran en la Tabla 4 recogida en el Anexo 1.

Netflix Inc.

Netflix ofrece a sus suscriptores una gran variedad de contenido que incluye originales de Netflix galardonados, largometrajes, documentales, series y películas entre otros. El contenido de Netflix varía según la región, y puede cambiar con el tiempo.

Además, según el contenido que veas Netflix te va ofreciendo recomendaciones de forma que te permite una experiencia personalizada. También puedes pausar y reanudar la visualización cuando quieras sin anuncios y compromisos.

Netflix dispone de tres planes de suscripción, el plan que se elija determinará cuantas personas pueden usar el servicio simultáneamente y la calidad de visualización.

Plan Básico: Te permite ver el contenido en una sola pantalla simultáneamente en calidad estándar. Su precio es 7'99€/mes.

Plan Estándar: Permite ver el contenido en dos pantallas al mismo tiempo en alta definición siempre y cuando esté disponible. El precio es de 11'99€/mes.

Plan Premium: Puedes ver el contenido en 4 pantallas a la vez tanto en alta definición como en ultra alta definición siempre y cuando esté disponible por 15'99€/mes.

Netflix te permite cambiar o actualizar los servicios de tu plan cuando se desee.
(*Netflix.com*)

HBO

HBO ofrece todo el contenido del catálogo HBO en series, películas y documentales.

HBO España da acceso a los estrenos mundiales HBO al mismo tiempo que se estrenan en EEUU, y en el caso de los estrenos de otros proveedores como son Warner y Fox están disponibles 24 horas después de su estreno en EEUU.

HBO no solamente tiene contenido propio, también de otros proveedores como Warner, Fox, Sony o Disney.

El contenido de HBO se encuentra en versión original subtitulada en castellano durante los primeros 14 días de su estreno en EEUU, posteriormente se encuentra en la versión doblada.

HBO también te permite la visualización offline del contenido a través de la descarga del contenido en las aplicaciones iOS o Android, se pueden descargar hasta 25 archivos

a la vez, los archivos permanecerán guardados hasta 30 días, pero una vez iniciada la primera visualización de un archivo solo estará disponible durante 48h.

HBO se puede introducir en 5 dispositivos a la vez pero sólo permite la reproducción simultánea de 2 de ellos, el precio de HBO España es de 8'99€/mes y ofrece un periodo de prueba de 14 días. (*HBO España*)

Amazon Prime

Nos permite ver programas de televisión y películas mediante compra o alquiler además de Prime Video y una selección de contenidos y adquisiciones de licencias de Amazon Studios que se encuentran incluidas en la suscripción de Amazon Prime. Además de las ventajas que conlleva estar suscrito a Amazon Prime, es decir, acceso a cientos de eBooks Kindle, almacenamiento de fotos y en la compra de productos mediante Amazon se obtienen una serie de ventajas en el envío como portes de transporte gratuitos en productos Amazon, envíos gratis en un día en un millón de productos Amazon y envíos gratis en 2 o 3 días laborales en millones de productos, además realizan el envío en el mismo día de salida en libros o DVD comprados mediante preventa.

También tenemos acceso a miles de canciones sin publicidad con Prime Music y la posibilidad de obtener contenido adicional con Twitch Prime. (*Amazon.es*)

Amazon Prime permite reproducir contenido de tres dispositivos de manera simultánea, dos de los cuales pueden reproducir el mismo contenido y el tercero debería consumir otro programa. (*Primevideo.com*)

El precio de Amazon Prime son 3'99€/mes o 36'00€/año. Amazon te ofrece un mes gratuito de prueba.

Disney +

Disney+ dispone de muchas series, películas y documentales exclusivos originales, entre los que se encuentran más de 7.500 episodios de televisión y 500 películas.

Disney + ofrece contenido de Disney, Pixar, Marvel, StarWars y NationalGeographic, entre los que se encuentran tanto los nuevos contenidos de Disney como clásicos o contenido exclusivo de Disney+ Originals que se estrena cada mes.

Como la gran parte de las plataformas de Streaming permite la visualización de contenido offline tras descarga previa.

La visualización de Disney+ es permitida hasta en 4 dispositivos de manera simultánea entre los que se encuentran televisiones, ordenadores, móviles y tablets o videoconsolas.

Disney+ ofrece un periodo de prueba de 7 días, posteriormente las tarifas de Disney+ son 6'99€/mes o 69'99€/año. (Disneyplus.com)

En la tabla 5 del Anexo 1, encontramos una tabla comparativa de las plataformas de Streaming enfocadas a la visualización de series y películas. En ella encontramos el precio y producto que ofrecen, los dispositivos simultáneos y si realizan promociones para nuevos usuarios.

ATresPlayer

Además de los canales y contenido de ATresplayer, existe la opción ATresPremium, dónde permite la visualización de contenido exclusivo y previsualización de series y películas meses antes de su estreno en abierto; además de poder disfrutar del contenido sin publicidad, descarga offline de contenido y la posibilidad de ver las emisiones hasta 7 días después. Se puede ver simultáneamente en dos dispositivos.

El precio de ATresPremium es de 2'99€/mes o 29'99€/año. (A3Player.com)

Mitele

Adicionalmente de todo el contenido de canales que ofrece Mitele, existe la opción de contratar Mitele Plus donde puedes acceder a contenidos y productos exclusivos, contenidos bajo demanda sin publicidad y descarga offline. El paquete Mitele PLUS básico tiene un coste de 3€ al mes o 30€ por año. En el caso de no ser de España, disponen de Mitele Plus Internacional, que permite ver el contenido Mitele PLUS básico fuera de España, aunque existe la posibilidad de que algunos programas no se encuentren disponibles en según qué países, el precio es el mismo que Mitele PLUS básico.

Miteleplus permite la contratación de una serie de paquetes con los que se puede ver fútbol.

Con Mitele PLUS Liga de Campeones, nos ofrece poder ver la UEFA Champions League, UEFA Europa League y UEFA Supercup, además del paquete Mitele PLUS Básico. Todo esto por 16'99€/mes.

También existe la opción de Mitele PLUS LaLiga, que nos ofrece poder ver LaLiga Santander, LaLiga Smartbank y el paquete Mitele PLUS Básico, por 19'99€/mes y ofrece la opción de Mitele PLUS Fútbol Total, que ofrece los paquetes Mitele PLUS LaLiga y Mitele PLUS Liga de Campeones por 35€/mes.

Se puede visualizar simultáneamente MitelePlus en 2 dispositivos, siendo uno una SmartTV y otro cualquier dispositivo móvil, tablet etc. (*Mitele.es*)

En la tabla 6 del Anexo 1, se puede observar una tabla comparativa entre las plataformas de Streaming privadas de cadenas de televisión tradicional, donde se destaca la cantidad de dispositivos simultáneos, el precio y producto que ofrecen.

5.2. Distribución

La función relaciona producción y consumo, su misión es poner el producto a disposición del consumidor final en el momento que lo necesita. En este caso las empresas realizan la distribución del producto a través de tiendas online, y en el caso de las telefonías también tienen tiendas físicas.

Normalmente, puedes acceder a la contratación de los servicios a través de la web de cada una de las compañías, donde simplemente tienes que crearte un usuario e introducir una tarjeta de crédito.

Para contratar Movistar, Vodafone o Orange, además de la web online, puedes ir a cualquier punto de sus tiendas físicas y contratar sus servicios.

En la tabla 6 del anexo 1, encontramos una tabla comparativa sobre la distribución de las diferentes plataformas de Streaming.

5.3. Comunicación

Al hablar de comunicación nos referimos al paso de información de las entidades a las personas u otras entidades. Principalmente, nos centraremos en la publicidad que se trata de un proceso de comunicación de carácter impersonal y controlado que, a través

de medios masivos, pretende dar a conocer un producto, servicio, idea e institución con el fin de informar o de influir en su compra o aceptación.

Movistar+

Las principales vías de promoción son las redes sociales y los anuncios en televisión.

Como redes sociales disponen de Facebook, Twitter, Instagram y Youtube. En cuanto a las redes en cuestión disponen de una principal, donde publican realizan promoción general, destacando series y películas y cuentas secundarias para cada uno de los programas y canales de Movistar+ más destacados, donde exponen fragmentos de las entrevistas, adelantos o tráiler de las series.

Movistar distribuye sus spots publicitarios a través de las redes sociales y de la televisión. Entre sus spots destacan spots temáticos para días especiales, este año 2020 realizaron bajo el Hastag #JuntasConstruimos una serie de spots en los que reivindican el talento femenino, donde destinaban toda la programación del día en sus diferentes canales a series, programas, eventos deportivos con una selección relevante de contenidos protagonizado, dirigidos o creados desde una perspectiva femenina. (Video 1) (Ilustración 1, Anexo 1).

También podemos destacar cuando en Navidad de 2018, Movistar+, realizó el spot “Felices Últimas Navidades Sangrientas” para anunciar la última temporada de la mediática serie Juego de Tronos, en dicho spot participan algunos de los trabajadores de la cadena más importantes, Andreu Buenafuente, Iñaki Gabilondo, Antoni Daimiel... (Video 2) (Ilustración 2, Anexo 1).

Vodafone TV

Vodafone TV lleva a cabo sus estrategias de comunicación a través de televisión y de redes sociales principalmente. Vodafone TV no dispone de Twitter, Instagram, Facebook o canal de Youtube propios, las tareas de marketing se llevan a través de las cuentas de Vodafone España.

Podemos encontrar spots de todo tipo, desde información sobre actualizaciones o mejoras en Vodafone TV hasta anuncios de sus series o programas.

Como ejemplos, podemos ver el último anuncio emitido de VodafoneTV sobre un nuevo programa, *La Liga de Las Series*, donde podemos ver 16 de las series más

conocidas ofrecidas por Vodafone TV, ya sea mediante su propia cadena privada o HBO. En él se busca cierta participación entre los consumidores para intentar averiguar cuál es la serie preferida por el mayor número de la audiencia. (Video 3) (Ilustración 3, Anexo 1).

Como he indicado también nos anuncian sus mejoras en el sistema de VodafoneTV, por ejemplo el 17 de Diciembre de 2019 VodafoneTV anunció que existe la posibilidad de controlar por voz el dispositivo, para ello hace referencia a programas de televisión que se encuentran dentro de los canales de la cadena. (Video 4) (Ilustración 4, Anexo 1).

Orange TV

Como las demás compañías telefónicas la principal forma que tienen de llegar al consumidor es a través de anuncios en televisión y las redes sociales (Twitter, Facebook, Youtube e Instagram) al igual que Vodafone TV, no disponen de redes sociales propias, lo llevan a través de Orange España.

Llevan a cabo publicidad de sus canales o series únicamente sin ser excesivamente originales, simplemente mediante fragmentos de ellos.

Como ejemplo observamos un anuncio emitido el 13 de Mayo de 2020 como motivo del 75 aniversario de la segunda Guerra Mundial, donde promociona documentales y películas de la misma en los canales Historia y National Geographic. (Video 5) (Ilustración 5 Anexo 1)

Netflix

En el caso de Netflix, realiza la mayor parte de su promoción o publicidad a través de internet, mediante redes sociales como Twitter, Facebook, Youtube o Instagram, donde los Community Managers interactúan con los consumidores.

Pero la promoción de Netflix es más conocida, podríamos decir, por sus anuncios provocadores o “políticamente incorrectos”. Los anuncios de Netflix muchas veces dan que hablar por sus mensajes provocadores o humor negro, con lo que consiguen perfectamente su objetivo, ser nombrados en medios televisivos o en redes sociales.

En la ilustración 6 del Anexo 1, podemos observar como en el anuncio de Narcos de diciembre de 2016 situado en la Puerta del Sol de Madrid, usa un juego de palabras que puede llevar a polémica.

También realizan campañas de publicidad creativas en colaboración con otras empresas como Google o Snapchat. Con la aplicación Snapchat realizaron de forma conjunta una campaña de publicidad que permitía cambiar las caras con los personajes de las series, la denominada tecnología *face swap*, de este modo da una mayor sensación de cercanía con los consumidores.

En la ilustración 7 del anexo 1, podemos ver la campaña utilizada por Netflix a través de Snapchat para promocionar House of Cards.

HBO

La Comunicación de HBO con sus consumidores se lleva a cabo, como el resto, a través de las redes sociales principales (Twitter, Facebook, Instagram y Youtube) y a través de campañas publicitarias en televisión.

Las campañas publicitarias más importantes o conocidas realizadas por HBO son aquellas que publicitan la serie “Juego de Tronos” una de las más famosas y vistas en la actualidad.

HBO ha realizado grandes inversiones para publicitar Juego de Tronos mediante anuncios exteriores e impactantes spots televisivos, como en el anuncio de presentación de HBO en España, donde convierten Madrid en una de las regiones de la serie.

En el Anexo 1, se encuentra la ilustración 8 en la que encontramos una captura del anuncio “HBO España-Todas las series. Todas las Temporadas”. (Video 6)

También, aunque no se encuentra disponible en nuestra región, HBO ha llevado a cabo una campaña publicitaria llamada “RecommendedbyHumans” en la que “ataca” a Netflix. RecommendedbyHumans es una página web desarrollada por HBO, donde los clientes pueden hacer sus propias sugerencias a otros usuarios a través de las redes

sociales, haciendo distinción de las recomendaciones de Netflix que se llevan a cabo por un algoritmo en la plataforma. (Ilustración 9, Anexo 1)

Amazon Prime Video

Amazon ha reforzado sus esfuerzos publicitarios y se ha convertido en la plataforma de Streaming que realiza una mayor inversión en publicidad superando a Netflix. Amazon ha aumentado el gasto en publicidad digital un 300%. La publicidad de Amazon se centra principalmente en tres de sus títulos originales “GoodOmens, TheBoys, Hanna”.

Por ejemplo, en la ilustración 10 del Anexo 1, encontramos el anuncio de navidad de Amazon Prime podemos observar la referencia a algunas de sus series, entre ellas TheBoys, que se trata de unos de los programas más vistos en la historia de la empresa según Amazon. (Video 7).

Además, Amazon también se publicita a través de otras plataformas de Streaming como Twitch con la cual se encuentra asociada. Durante las visualizaciones Twitch incorpora anuncios de las series de Amazon, ya que Twitch es una plataforma de Streaming en directo gratuita. Twitch se encuentra asociada con Amazon, de forma que si eres cliente Prime en Amazon, puedes asociarlo a Twitch y evitar la visualización de anuncios o obtener recompensas extra.

Disney +

El lanzamiento de Disney+ es bastante reciente, ya que no lleva más de unos meses. Aunque también realizó spots televisivos para darse a conocer, Disney anunció su plataforma de Streaming a través de un hilo en la red social Twitter. (Ilustración 11, Anexo 1)

Además, Disney+ busca hacerse hueco en el mercado de forma rápida incluyendo publicidad en la página web de Netflix en navegadores de demanda baja como Opera, dicha publicidad se puede ocultar pero también ofrecen la opción de realizar la prueba gratuita.

AtresMedia Premium

La principal tarea de comunicación y publicidad se lleva a través de los canales de televisión de la cadena AtresMedia y las redes sociales (Twitter, Instagram, Facebook y Youtube) de ATresPlayer y las cuentas de cada una de las series por separado.

Principalmente llevan a cabo su publicidad a través de redes sociales, en televisión suelen publicitar las producciones más “mediáticas”.

La última gran producción mediática se trata de la serie “Veneno” de la que van sacando capítulos de forma dosificada. (Ilustración 12, Anexo 1)

MitelePlus

La principal promoción y publicidad de Mitele se da a través de los canales de la cadena MediaSet y las redes sociales asociadas a los mismos. Aunque principalmente destacan las redes sociales.

En el Anexo 1, encontramos como ilustración 13 el anuncio de Adú de MitelePlus publicitado a través de la red social Instagram.

6. ESTUDIO DE MERCADO

6.1. Objetivos

Una vez visto los cambios en los modelos televisivo gracias al desarrollo tecnológico y las principales plataformas de Streaming que hay en la actualidad, es interesante conocer la opinión de los usuarios de cómo ha cambiado o como es su modo de consumir televisión.

Para ello, se va a realizar un estudio de mercado cuyo objetivo es conocer como es el consumo televisivo de los encuestados así como conocer su opinión sobre las plataformas de Streaming.

Los subobjetivos que persigue este estudio son:

- Analizar el modo de consumir televisión de los encuestados.

- Estudiar el grado de conocimiento y uso de las plataformas de Streaming.
- Estudiar la opinión de los encuestados sobre los aspectos positivos y negativos del consumo televisivo.
- Conocer la opinión sobre el pirateo.
- Conocer si el confinamiento producido por el COVID 19 ha cambiado la forma de consumir televisión.

6.2. Metodología

Para realizar este estudio de mercado se ha realizado un cuestionario.

En el primer bloque se encuentran preguntas sobre el consumo televisivo en general, tiene un segundo bloque en el que hay preguntas sobre el conocimiento y uso de las plataformas de Streaming tanto antes, como durante el periodo de confinamiento, un tercer bloque sobre gustos televisivos y preguntas destinadas a conocer la opinión de la muestra y por último, un bloque con preguntas de carácter demográfico para conocer el perfil de las personas encuestadas. (Anexo 2)

Para llegar al mayor número de encuestado se han utilizado las redes sociales como medio de distribución entre las que destacan Twitter, Facebook e Instagram y la movilización de los propios encuestados con sus conocidos a través del efecto “bola de nieve”, de esta forma se ha alcanzado una muestra de 311 encuestados. El estudio de campo se ha realizado en dos oleadas, debido a la enorme dispersión que generaba en los resultados tener un elevado porcentaje de encuestados de una determinada edad y una proporción prácticamente nula del resto. La primera oleada se recogió entre el 24 de Junio y el 30 de Agosto y la segunda oleada con el objetivo de tener más grupos de edad se recogió entre el 7 de Septiembre y el 16 de Septiembre.

6.3. Características de la muestra

Del total de la muestra, un 59'2 han sido mujeres, y un 40'8% han sido hombres,

La distribución de edad, el nivel de renta mensual neta y los miembros que conviven en la unidad familiar se recogen en las siguientes tablas.

Tabla 1: Distribución de Edad de la muestra

Edad	Número de encuestados	Porcentaje
18-25	165	53,05%
26-35	13	4,18%
36-45	65	20,90%
46-55	45	14,47%
56-65	15	4,82%
más de 65	6	1,93%
no contesta	2	0,64%
Total	311	

Tabla 2: Renta mensual neta de la unidad familiar

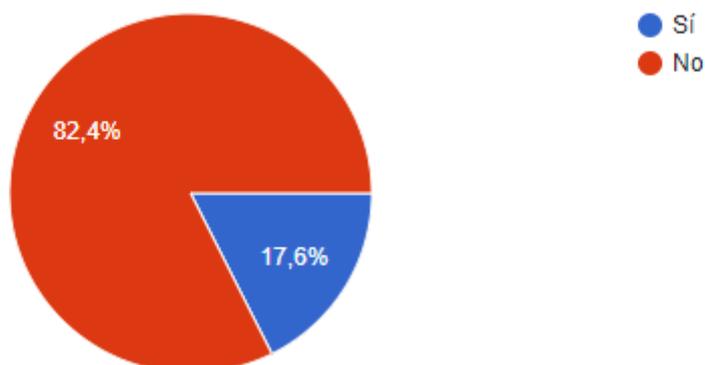
Nivel de renta mensual neto de la unidad familiar	Número de encuestados	Porcentaje
0-1.000	25	8,77%
1.001-2.000	110	38,60%
2.001-3.000	90	31,58%
Más de 3.000	60	21,05%
no contesta	26	9,12%
Total	285	

Tabla 3: Número de miembros en la unidad Familiar de la muestra

Número de miembros de la unidad familiar	Número de encuestados	Porcentaje
1	11	3,54%
2	37	11,90%
3	75	24,12%
4	154	49,52%
5	19	6,11%
6	3	0,96%
7	2	0,64%
8	0	0,00%
9	1	0,32%
no contesta	9	2,89%
Total	311	

Además en el Gráfico 1 nos encontramos la proporción de encuestados, de los 307 que han contestado, que tienen o no, hijos menores de 10 años.

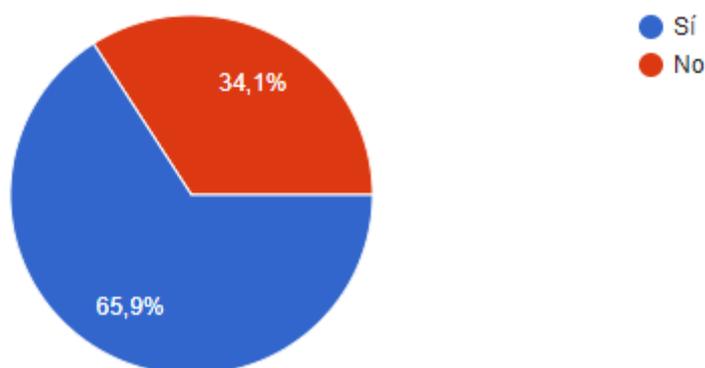
Gráfico 1: Hijos menores de 10 años



6.4. Resultados

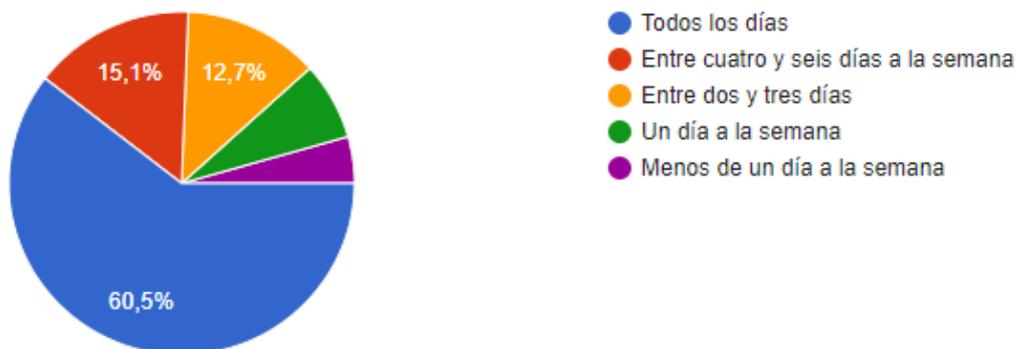
En el gráfico 2 observamos que el 34'1% de los encuestados no consumen televisión tradicional, considerando televisión tradicional como aquella que se encuentra de forma gratuita en el TDT, frente al 65'9% que si la consumen.

Gráfico 2: Consumo de Televisión Tradicional de la muestra



De los 205 encuestados que han indicado que consumen televisión tradicional, más de la mitad de los encuestados, 60'5%, la consume todos los días, el 15'1% la consume entre cuatro y seis días a la semana, el 12'7% la consume entre dos y tres días a la semana, 7'3% consume televisión un día a la semana y un 4'4% de los encuestados consume televisión tradicional menos de un día a la semana. (Gráfico 3)

Gráfico 3: Frecuencia con la que se consume televisión tradicional



Estudiando qué porcentaje de los encuestados conocen las plataformas de Streaming y qué porcentaje desconoce su existencia, el 97'4% de los encuestados conocen este tipo de plataformas mientras que solamente 8 de los 311, es decir, el 2'6% no saben de qué se trata.

Una vez conocida, la muestra de los encuestados que conocen la existencia de las plataformas de Streaming pasamos a obtener más información acerca de cuáles de ellas son las más conocidas y/o utilizadas.

Se pregunta a los encuestados sobre el grado de conocimiento de las plataformas de Streaming, siendo Netflix la más conocida 16'49%, tanto Amazon Prime Video como HBO y Movistar+ le siguen como las plataformas de Streaming más conocidas, después se encontraría la recientemente incorporada al mercado Disney+ y como plataformas menos conocidas para la muestra se encontrarían MitelePlus, Vodafone TV, ATresPlus y Orange TV.

Además, ciertos individuos nombran otras plataformas de Streaming como Filmin, Rakuten TV Sky, Twitch, Crunchyroll, Dazn y Starzplay.

Tabla 4: Porcentaje de conocimiento de las plataformas de Streaming

Plataformas de Streaming	Porcentaje de encuestados que la conocen
Netflix	16,49%
Amazon Prime Video	15,53%
HBO	14,80%
MovistarPlus	13,84%
Disney +	12,04%
MitelePlus	8,55%
Vodafone TV	7,09%
ATresPlus	5,85%
Orange TV	5,29%
Otros	0,51%

Según los resultados el 93'7% de los encuestados han usado alguna de las plataformas de Streaming vistas en la tabla 4 durante el último año. Y únicamente 19, de los 303 encuestados que conocen las plataformas, no las han usado.

De los 284 encuestados que si han utilizado plataformas de Streaming en el último año, observamos en la tabla 5 si consumen alguna de plataformas de Streaming. Netflix es la plataforma de Streaming más consumida con un 29'14% de las respuestas, seguida por Amazon Prime Video (21'27%), MovistarPlus (13'87%) y HBO (13'08%).

Tabla 5: Plataformas de Streaming consumidas por los encuestados.

Plataformas de Streaming	Porcentaje de encuestados que las han utilizado
Netflix	29,14%
Amazon Prime Video	21,27%
MovistarPlus	13,87%
HBO	13,04%
Disney +	10,58%
Vodafone TV	4,58%
MitelePlus	3,17%
Orange TV	2,23%
ATresPlus	1,41%
Otros	0,71%

En la Tabla 6, observamos que ver series y películas es el contenido preferido por los consumidores de las plataformas de Streaming.

Tabla 6: Contenidos visualizados en Streaming por los encuestados

Contenido en Streaming	Porcentaje de encuestados que lo consumen
Peliculas	88,4%
Series	90,1%
Documentales	32,7%
Coontenido infantil	20,1%
Deportes	1,4%
Programas de TV	0,4%
Programs de decoración	0,4%
Actos Taurinos	0,4%
Videojuegos	0,4%

La gran mayoría, 87'3%, de los encuestados son actualmente abonados de alguna plataforma de Streaming, mientras que el 12'7% no están actualmente abonados a ninguna plataforma.

Nos fijamos en la tabla 7 a que Plataformas se encuentran abonados los 248 encuestados que actualmente están suscritos a algún tipo de plataforma de Streaming. Como podemos ver, destacan Netflix con el 22'56% de las respuestas y Amazon Prime Video con el 16'10%.

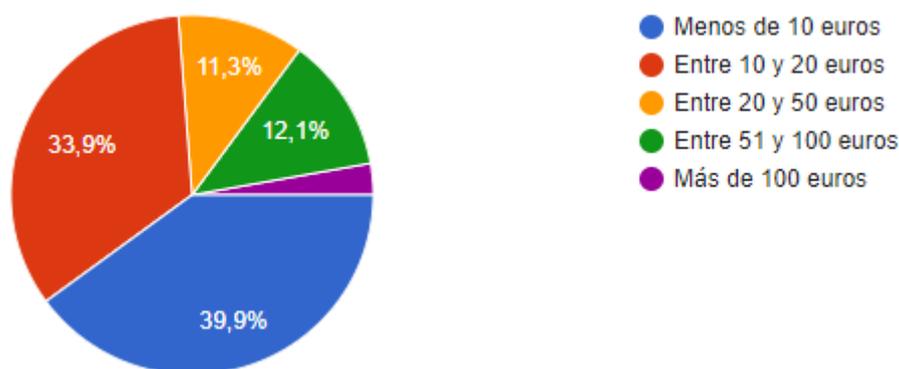
Tabla 7: Plataformas de Streaming elegidas por los encuestados

Plataformas de Streaming	Porcentaje de respuestas
Netflix	22,56%
Amazon Prime Video	16,10%
HBO	7,87%
MovistarPlus	7,64%
Disney +	6,46%
Vodafone TV	2,82%
Orange TV	1,53%
ATresPlus	0,47%
MitelePlus	0,24%
Otros	0,24%

Ahora que hemos visto que plataformas de Streaming son más utilizadas por los usuarios encuestados procedemos a intentar conocer cuál es el gasto aproximado mensual que desembolsan en este tipo de plataformas.

Como aparece en el gráfico 4, La mayor parte de los encuestados gastan menos de 10 euros en suscripciones a plataformas de Streaming (39'9%), un porcentaje un poco superior a los que realizan un gasto de entre 10 y 20 euros (33'5%). También observamos que el número de personas que realizan un gasto de entre 20 y 50 euros y las que gastan entre 51 y 100 euros es prácticamente el mismo, siendo 11'3% y 12'1% respectivamente, solamente el 2'8% de los encuestados gastan una cifra superior a 100 euros en plataformas de Streaming.

Gráfico 4: Gasto mensual aproximado en plataformas de Streaming



Una vez que sabemos cuál es el gasto medio aproximado realizado por los usuarios en las plataformas de Streaming, buscamos conocer su opinión acerca de algunas afirmaciones.

A través de preguntas de opinión, podemos recoger en la tabla 8, en media, la importancia que tienen distintos aspectos para los encuestados a la hora de elegir una plataforma de Streaming. Para ello los usuarios tenían que responder de 1 a 7 siendo 1 nada importante y 7 Muy importante.

Se puede apreciar que el hecho de que una plataforma tenga una mayor disponibilidad de series o películas tiene una mayor importancia media para los encuestados, seguido por la comodidad para visualizarlo en cualquier momento y la cantidad de contenido que ofrecen las plataformas. Para los encuestados, el aspecto menos relevante es el precio.

Tabla 8: Aspectos relevantes para los encuestados

Aspectos	Importancia media
Disponibilidad de Series o Peliculas	5,29
Comodidad para visualizar contenidos a cualquier hora o lugar	5,15
Precio económico	4,75
Facilidad de acceso a través de dispositivos inteligentes	4,87
Cantidad de contenido	5,04

Puesto que ya conocemos información acerca de las plataformas de Streaming y los encuestados, procedemos a analizar información sobre el consumo televisivo general de los encuestados, incluyendo tanto plataformas de Streaming como televisión tradicional.

En la tabla 9, podemos ver cuáles son los contenidos televisivos más consumidos por los encuestados. Destacan el consumo de películas y series con un 75'9% y 74'0% de los encuestados respectivamente. Además, los programas informativos, de entretenimiento y deportes también tienen un peso considerable, en el consumo televisivo de la muestra. Cabe destacar también, que una persona encuestada de las 311 no ve la televisión.

Tabla 9: Contenido televisivo consumido por los encuestados

Contenido	Porcentaje de la muestra
Peliculas	75,9%
Series	74,0%
Programas informativos	45,3%
Programas del corazón	10,0%
Programas de entretenimiento	32,2%
Concursos	26,0%
Deportes	32,2%
Realities	18,6%
Documentales	26,7%
Programación infantil	1,0%
Programas de Decoración	0,3%
No ve la televisión	0,3%

Dentro del consumo de series y/o películas, la tabla 10 nos muestra cuales son los géneros preferidos por los encuestados ordenados de mayor a menor porcentaje de consumo. De los cuales solamente 4 personas no consumen series y/o películas como contenido televisivo. Siendo la comedia el género favorito por los encuestados.

Tabla 10: Consumo de series y/o películas según género

Géneros	Porcentaje de usuarios
Comedia	66,6%
Policiacas	56,6%
Ciencia Ficción	45,0%
Juveniles	36,7%
Drama	30,9%
Animadas	28,6%
Terror	20,9%
Romanticas	1,0%
Aventuras	0,6%
Thriller	0,6%
Acción	0,6%
Suspense	0,6%
Bélicas	0,6%
Históricas	0,3%
Infantiles	0,3%
Médicas	0,3%
Sobrenaturales	0,3%
No veo series y/o películas	1,3%

En la Tabla 11, podemos observar en que dispositivos suelen ver contenido televisivo los encuestados ordenados de mayor a menos porcentaje de uso. Destaca el uso de la televisión como dispositivo más usado con un 44'2% de las respuestas de la muestra.

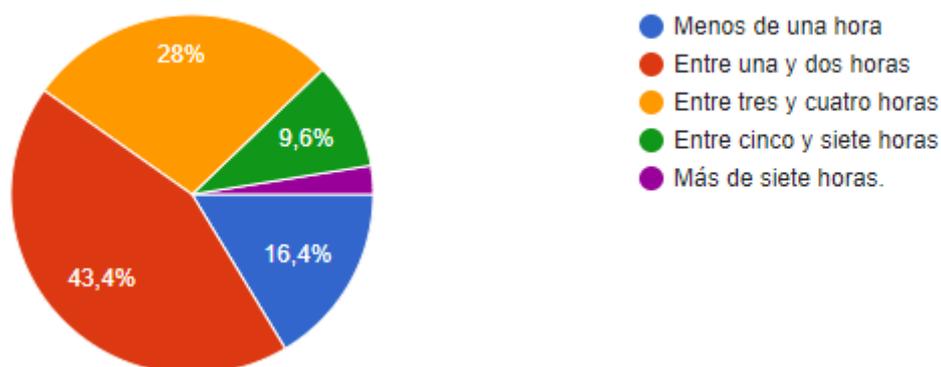
Tabla 11: Dispositivos usados por los usuarios

Dispositivos	Porcentaje de usuarios
Televisión	44,2%
Ordenador portatil	19,5%
Smartphones	18,7%
Tablets	13,6%
Ordenador de Sobremesa	3,6%
Videoconsolas	0,3%
Proyector	0,2%

Sabemos algo más acerca de los gustos televisivos y los dispositivos en los que los encuestados ven la televisión, ahora buscamos recoger información acerca del número de horas que de media, los encuestados ven la televisión.

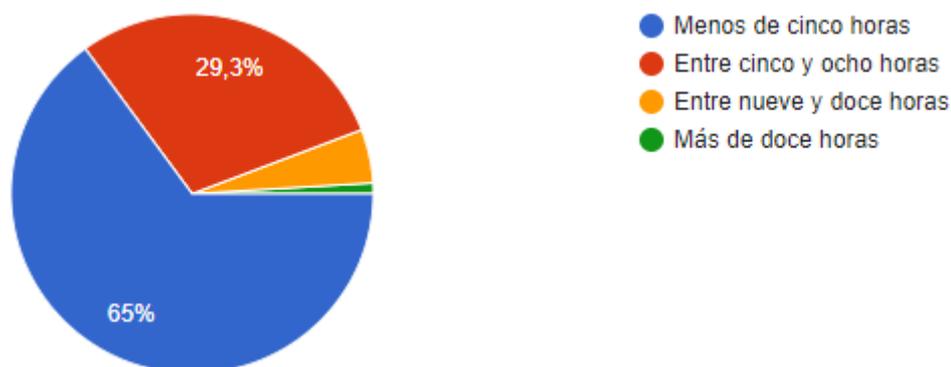
En el gráfico 5, podemos observar el número de horas que ven los encuestados la televisión de lunes a viernes. La mayor parte de los encuestados, un 43'4%, dedica entre una y dos horas a ver la televisión, mientras que solamente 8 personas, un 2'6%, ven la televisión más de siete horas.

Gráfico 5: Número de horas de visualización de lunes a viernes



Sobre el número de horas que los encuestados ven la televisión los fines de semana. La mayor parte de los encuestados, 65'0%, ven la televisión menos de cinco horas, mientras que un porcentaje muy pequeño de los encuestados ven la televisión más de nueve horas. El 4'8% ven la televisión entre nueve y doce horas los fines de semana y solamente 3 encuestados, el 1'0%, ven la televisión más de doce horas. (Gráfico 6)

Gráfico 6: Número de horas de visualización los fines de semanas



Ahora que conocemos el número de horas que los encuestados dedican a ver la televisión procedemos a observar el grado de acuerdo de los usuarios con las siguientes afirmaciones recogidas en la tabla 10, siendo 1 completamente en desacuerdo y 7 completamente de acuerdo.

En la Tabla 12, observamos el grado de acuerdo y desacuerdo en media de los individuos con las afirmaciones propuestas sobre el consumo de televisión. De las afirmaciones propuestas, los encuestados están mas de acuerdo en la afirmación que las plataformas de Streaming facilitan el consumo televisivo y mas en desacuerdo en que las plataformas de Streaming disminuyen el pirateo.

Tabla 12: Grado de acuerdo/desacuerdo en media de los encuestados según las afirmaciones

Afirmaciones	Grado de acuerdo/desacuerdo en media
Creo que la población pasa mucho tiempo viendo la TV	4,90
Considero que los niños pasan mucho tiempo viendo la TV	5,00
El hecho de consumir muchas horas de TV puede generar adicción	4,82
El hecho de que existan las plataformas de Streaming facilita el consumo de TV	5,08
El hecho de que existan plataformas de Streaming aumenta la probabilidad de padecer adicción	4,73
Considero que la aparición de plataformas de Streaming ha disminuido el pirateo	4,45

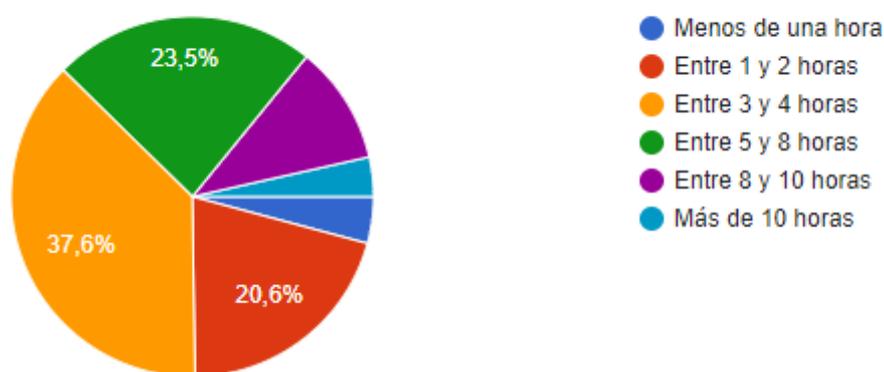
Recientemente debido a la pandemia mundial provocada por el Covid-19, la población mundial se ha encontrado confinada sin poder salir de casa, por eso se pretende saber si el hecho de estar encerrados en casa ha hecho que la población aumente el número de horas que ha destinado a ver la televisión.

Según las respuestas de la muestra, el 88'4% de los encuestados han aumentado el número de horas que destina a ver la televisión.

El número de horas de media que han destinado los encuestados a ver la televisión durante el periodo de confinamiento podemos verlo en el gráfico 7. Se puede observar que la mayor parte de los encuestados han visto la televisión entre 3 y 8 horas durante el

periodo de confinamiento, siendo entre 3 y 4 horas un 37'6% de los encuestados y el 23'5% de los encuestados han visto la televisión entre 5 y 8h. La franja de ver la televisión durante más de 10 horas es la que menos encuestados presenta junto con la de menos de una hora es en la que menos encuestados se encuentran solamente el 3'5% y el 4'2% de los encuestados respectivamente.

Gráfico 7: Número de horas de media destinadas a ver la televisión durante el confinamiento.



El 31'8% de los encuestados nos han indicado si han contratado alguna plataforma de Streaming durante el periodo de confinamiento.

Los motivos por los que los encuestados han decidido la contratación de plataformas de Streaming se resumen en la contratación por un mayor aburrimiento o tiempo libre durante el confinamiento, por la facilidad de visualizar programas o el hecho de verlos en cualquier momento, tener una mayor variedad de contenido, por poder ver series exclusivas o estrenos exclusivos, para ver contenidos nuevos ya que el contenido en televisión es limitado ya sea para ellos o para sus hijos, o para aprovechar las ofertas de tiempo de prueba que ofrecen las plataformas de Streaming.

Por último, pretendíamos conocer la opinión de los encuestados sobre algunas afirmaciones acerca del consumo televisivo y el confinamiento, para estudiar los resultados utilizamos una distribución de 1 al 7, siendo 1 completamente en desacuerdo y 7 completamente de acuerdo.

En la tabla 13, se recogen todas las opiniones en grado de acuerdo y en desacuerdo de los encuestados en media. La pregunta sobre adquisición de dispositivos adquiere una valoración en media de mayor grado de desacuerdo. Mientras que como ya conocíamos, la muestra está más de acuerdo en que ha aumentado las horas de consumo televisivo durante el confinamiento.

Tabla 13: Afirmaciones de acuerdo/desacuerdo en cuanto al confinamiento

Afirmaciones	Media de resultados
Durante el confinamiento he aumentado las horas que veía la televisión	4,89
Durante el confinamiento creo que he pasado muchas horas viendo la televisión	4,34
Durante el confinamiento he visto series que tenía pendientes	4,63
Gracias al consumo de TV no se me ha hecho tan largo el confinamiento	4,27
El consumo televisivo me ha venido bien para que mis hijos estén más entretenidos en el confinamiento	3,27
Durante el confinamiento he adquirido algún dispositivo inteligente para disponer de mas dispositivos en los que reproducir contenido audiovisual	1,88

7. CONCLUSIONES

En la realización del Trabajo se ha abordado la posibilidad de los cambios en el método de uso de la televisión, debido a la evolución tecnológica que ha favorecido la aparición de nuevos dispositivos y la posibilidad de unos precios menores que hacen más accesible la posibilidad de un nuevo modo de ver la televisión por parte de los consumidores.

Esta disminución de precios y aparición de nuevos dispositivos permite que todo el mundo este interconectado constantemente a través de las tarifas planas de datos móviles y el acceso a internet en prácticamente todos los hogares. Estos sucesos junto con la aparición de las plataformas de Streaming permiten que la población pueda consumir contenido televisivo en cualquier momento o lugar.

Llevando a cabo el estudio de mercado se han confirmado los planteamientos, que parecen lógicos, de que el modo de consumir televisión está cambiando, ya que el

34'1% de los encuestados ya no ven televisión tradicional, mientras que casi la totalidad o una gran parte de los encuestados, consumen o han consumido en algún momento televisión a través de plataformas de Streaming. Una gran parte de la población deja de consumir televisión tradicional, volcándose en un consumo más selectivo, sin cortes, en el cual pueden elegir qué ver, a qué hora verlo y cómo verlo.

El consumo de plataformas de Streaming poco a poco se va expandiendo a través de toda la población sin importar la edad, ya que en una muestra de 311 individuos, distribuida de 18 años en adelante, el 87'3% son actualmente abonados a alguna plataforma y el 93'7% ha utilizado alguna en el último año. Esto muestra una gran adaptación de la sociedad en general a este tipo de consumo prácticamente "a la carta".

Además dentro de las plataformas de Streaming, Netflix es la más conocida y frecuentada por los consumidores, que buscan en ella aspectos como la disponibilidad de sus series o películas preferidas o la comodidad de poder verlo por encima del factor precio. El precio de este tipo de plataformas es lo menos importante para los encuestados.

En cuanto al consumo televisivo en general, observando a que dedican su consumo los encuestados los porcentajes más altos de consumo se destinan a películas y series con un 75'9% y 74'0% respectivamente, el siguiente formato mas visto son los programas informativos, pero ya con menos de la mitad de los encuestados, 45'3%. Estos datos, pueden darnos una pequeña idea del motivo por el cual la población comienza a consumir contenido en plataformas de Streaming en detrimento de la televisión tradicional.

También la pandemia provocada por el Covid-19 ha influido de manera notable a la hora de ver la televisión la mayoría de la muestra ha aumentado sus horas medias de consumo televisivo e incluso alguno debido al tiempo libre adicional que han obtenido se han suscrito a algún tipo de plataforma de Streaming. Mientras que antes del confinamiento el mayor porcentaje de los encuestados veía en media, al día, la televisión entre un intervalo de 1 a 2 horas entre semana, durante el confinamiento el número de horas medio se ha incrementado al intervalo de entre 3 y 4 horas. Tiempo que han aprovechado para ver series pendientes o incluso descubrir series o películas nuevas utilizando las promociones gratuitas de dichas plataformas.

Como aspectos generales, los usuarios no consideran que el hecho de la expansión de plataformas de Streaming y la aceptación por más de la mitad de la población española haya influido en una disminución del pirateo, así como tampoco con una media de entre 4 y 5 horas diarias de consumo televisivo consideran que hayan visto la televisión en exceso.

En conclusión, se puede apreciar como la visualización de televisión tradicional disminuye, en beneficio del consumo de las plataformas de Streaming. Esto nos indica que los métodos de ver la televisión están cambiando, pero no sólo los métodos, sino también los gustos, series y películas son los géneros más consumidos, ya que antes la población de siempre veía los telediarios o programas de entretenimiento como los concursos, uno de los motivos de este cambio puede ser la escasez de tiempo libre que hay en la sociedad actual, en la que al volver del trabajo prefieres relajarte viendo tu serie preferida o alguna película para desconectar, o que simplemente nuestros gustos están cambiando.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Amazon España: Ventajas de Amazon Prime.
<https://www.amazon.es/gp/help/customer/display.html?nodeId=201910360>
- Audiencia General De Medios.
<http://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>
- ATresPlayer: ATresPremiun.
<https://suscripcion.atresplayer.com/hazte-premium/nac/primer/index.html>
- Conceptoweb Studio, La Historia del Streaming, 13 Octubre de 2016.
<http://conceptoweb-studio.com/index.php/blog-streaming/item/23-la-historia-del-streaming>
- Disney+: Producto y servicios.
https://www.disneyplus.com/es-es/welcome?cid=DSS-Search-Google-71700000064567610-&s_kwcid=AL!8468!3!425939207013!e!!g!!disney&gclid=CjwKCAjw7-PIBRA2EiwAXoPWAxPJuSaOT0YMrNGFXrxcLyLWWSl6_XUbOj5zC319fTtkMqaPqCASXhoCQ90QAyD_BwE&gclsrc=aw.ds
- El rincón del marketing, La historia de Netflix y el futuro de la televisión.
<http://www.elrincondemarketing.es/la-historia-de-netflix-y-el-futuro-de-la-television/>
- Estrategiaynegocios, Amazon supera a Netflix en inversión publicitaria, 18/08/2019.
<https://www.estrategiaynegocios.net/empresasymangement/1311070-330/amazon-prime-video-supera-a-netflix-en-inversi%C3%B3n-publicitaria>
- HBO España: Historia de HBO.
<https://es.hboespana.com/about>
- HBO España: Productos y precios.
<https://es.hboespana.com/faq>
- Inmediaciones, Television, antes y ahora, 21 Mayo 2018.
<https://inmediaciones.org/television-antes-y-ahora/>
- Jonay Estévez, Elgrupoinformatico, Disney no se corta: muestra publicidad en Netflix, 1 Abril 2020.
<https://www.elgrupoinformatico.com/noticias/disney-muestra-publicidad-netflix-t77148.html>
- Maria Santoja, Fuera de series, Las mejores campañas publicitarias de Netflix, 16 Marzo 2017.

<https://fuera series.com/las-mejores-campa%C3%B1as-publicitarias-de-netflix-1aa0b5ec7c10>

- Mediaset España, Mitele estrena tres nuevos canales: Fun, Unplugged y Wala!, 10/04/2018.

https://www.mediaset.es/promos/mitel- incorpora-nuevos-canales_0_2544151023.html

- Mercadonegro, de esta forma DisneyPlus promociona su lanzamiento vía Twitter, 23 Agosto 2019.

<https://www.mercadonegro.pe/marketing/de-esta-forma-disney-plus-promociona-su-lanzamiento-via-twitter/>

- Mitele España: Suscripciones.

<https://www.mitele.es/suscripciones/mitelplusinternacional/>

- Movistar España: Productos Movistar.

<https://www.movistar.es/particul-ares/atencion-cliente/ficha-faq/movistar-plus/>

- Movistar España: Productos Movistar.

<http://www.movistar.es/particulares/television/crea-tv/>

- Netflix España: ¿Donde se encuentra disponible Netflix?

<https://help.netflix.com/en/node/14164>

- Netflix España: Historia de Netflix.

https://media.netflix.com/es_es/about-netflix

- Netflix: Producto y precios.

<https://help.netflix.com/es-es/node/412>

- Netflix: Producto y precios.

<https://help.netflix.com/es-es/node/41049>

- Nota de Prensa INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares, 16 Octubre 2019.

https://www.ine.es/prensa/tich_2019.pdf

- Orange España: Precios y Productos.

https://tiendaonline.orange.es/tarifas/fibra-movil?utm_source=IPGLOBAL&utm_medium=SEODISTRIBUIDORES&utm_term=LEADS_IPGLOBAL_SEO_TARIFAS_RES_PC&utm_content=Rotacion-general-network-Ipglobal-seo-tarifas-168x28&utm_campaign=Ipglobal-seo-tarifas&dclid=CjgKEAjwqdn1BRC0it2Aip7cimMSJAC3kuYmjPmLPh3w7KgXF086mYH4i9VbOoBunrZR02lp7XDvMvD_BwE

- Orange España: Tarifas.

https://tarifas.orange.es/orange-tv.php?utm_term=leads_Ipglobal_SEO_TARIFAS_RES_PC

- Primevideo.com, Dispositivos Prime.

https://www.primevideo.com/splash/watchAnywhere/ref=atv_dp_hd_dev?language=es_ES

- ReasonWhy, La Televisión de ahora no es como la de antes, 21/11/2018.

<https://www.reasonwhy.es/actualidad/dia-mundial-television-presente-futuro-2018>

- Redacción prnoticias, prnoticias, HBO se “pica” con Netflix en su última campaña publicitaria: “Recomendado por Humanos”, 08/08/2019.

<https://prnoticias.com/2019/08/08/hbo-netflix-anuncio/>

- Telecinco España, Mediaset España inicia la distribución de contenidos de pago con el lanzamiento de Mitele Plus, 11/07/2019.

https://www.telecinco.es/masdetelecinco/mitele-plus-lanzamiento_18_2784870244.html?amp=true

- Vodafone España: Historia Vodafone.

<https://www.vodafone.es/c/conocenos/es/vodafone-espana/quienes-somos/historia/>

- Vodafone España: Precios de los productos.

<https://www.vodafone.es/c/particulares/es/productos-y-servicios/television/>

- Vodafone España: Productos Vodafone.

<https://ayudacliente.vodafone.es/particulares/television/vodafone-tv-con-decodificador/que-es-y-que-ofrece-vodafone-tv/>

- Wikipedia: HBO.

<https://es.wikipedia.org/wiki/HBO>

- Wikipedia: Disney+.

<https://en.wikipedia.org/wiki/Disney%2B>

- Wikipedia: Historia de Movistar+.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Movistar%2B>

- Wikipedia: Historia de Muzak.

<https://en.wikipedia.org/wiki/Muzak>

- Wikipedia: Historia del Streaming.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Streaming>

- Wikipedia: Orange TV.

https://es.wikipedia.org/wiki/Orange_TV

- Wikipedia: Netflix.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Netflix>

- Wikipedia: Prime Video.

https://en.wikipedia.org/wiki/Prime_Video

- Wikipedia: Vodafone TV.

https://es.wikipedia.org/wiki/Vodafone_TV

Videos:

- Video 1: Video Anuncio MovistarPlus: #JuntasConstruimos.

<http://www.movistarplus.es/juntasconstruimos>

- Video 2: Spot MovistarPlus: Felices Últimas Navidades Sangrientas.

<https://www.youtube.com/watch?v=W3qMKbbUU-8&feature=youtu.be>

- Video 3: Anuncio Vodafone España: Comienza La Liga de las Series.

https://www.youtube.com/watch?v=pj_A_1f1sA

- Video 4: Anuncio Vodafone España: El Control de voz llega a Vodafone TV.

<https://www.youtube.com/watch?v=V54V-8hv044>

- Video 5: Anuncio Orange TV: Promoción 75 aniversario Segunda Guerra Mundial.

<https://www.youtube.com/watch?v=mD42cr26Eq8>

- Video 6: HBO España: Anuncio “HBO España-Todas las series. Todas las temporadas.

https://www.youtube.com/watch?time_continue=29&v=55aC46v8sW8&feature=emb_logo

- Video 7: AmazonPrime España: Anuncio de Navidad AmazonPrime Video.

<https://www.youtube.com/watch?v=4B9Jray9ImE>

9. ANEXOS

9.1 ANEXO 1

Tabla 1: Canales que se pueden añadir en Movistar +

Canales contratables MovistarPlus		
Paquete	Contenido	Precio
Paquete Motor	<ul style="list-style-type: none">• Formula 1 al completo	7€/mes
Paquete Cine	<ul style="list-style-type: none">• Cine de todos los géneros• cada noche una película en V.O. doblada o subtitulada.	10€/mes
Paquete Adultos	<ul style="list-style-type: none">• Películas para adultos	15€/mes
Paquete Premium	<ul style="list-style-type: none">• Fútbol• Series• Deportes• Cine	50€/mes
Canal Playboy TV	<ul style="list-style-type: none">• Entretenimiento para adultos	7€/mes
Canal Caza y Pesca	<ul style="list-style-type: none">• Programación de caza• Programación de pesca	7€/mes
Canal Stingray	<ul style="list-style-type: none">• Música clásica• Ballet	5€/mes
Canal Mezzo	<ul style="list-style-type: none">• Música clásica• Jazz• Conciertos• Óperas	5€/mes
Paquete Premium Extra	<ul style="list-style-type: none">• Paquete Premium +• PlayboyTV• Caza y Pesca• Stingray• Mezzo	65€/mes
Canal Toros	<ul style="list-style-type: none">• Ferias de toros• Documentales• Reportajes• Programas taurinos	20€/mes
Paquete Premium Total	<ul style="list-style-type: none">• Paquete Premium Extra• Canal toros	85€/mes
Canal Iberalia TV	<ul style="list-style-type: none">• Caza• Pesca• Documentales	7€/mes
Movistar Golf	<ul style="list-style-type: none">• Todas competiciones de Golf	10€/mes
Movistar LaLiga	<ul style="list-style-type: none">• 9 partidos de fútbol de primera división (<i>incluidos Madrid y Barcelona</i>)• 7 partidos de segunda división	25€/mes

Fuente: Elaboración propia a través de los datos de Movistar.es

Tabla 2: Canales que se pueden añadir a Vodafone TV

Canales contratables Vodafone TV		
Paquete	Contenido	Precio
Seriefans	<ul style="list-style-type: none"> • Series de HBO • Series de FOXNOW • Series de AXN Now • Series bajo demanda 	Gratis con Vodafone One
Serielovers	<ul style="list-style-type: none"> • Todas series incluidas en Seriefans • Series incluidas en Starzplay • Series incluidas en AmazonPrimeVideo • Series incluidas en Movistar Series 	20€/mes
Cinefans	<ul style="list-style-type: none"> • Películas de todos los géneros bajo demanda 	12€/mes
Peques	<ul style="list-style-type: none"> • Series para niños • Programas para niños • Películas para niños • Dibujos para niños 	5€/mes
Documentales	<ul style="list-style-type: none"> • Documentales sobre ciencia • Documentales sobre aventura • Documentales sobre historia • Documentales sobre naturaleza • Documentales sobre viajes • Etc. <p><i>Contenido tanto bajo demanda como en canales.</i></p>	8€/mes
Canales temáticos		
Pack Universal	<ul style="list-style-type: none"> • Toda la información • Sección de canales internacionales (CNN, BBC World, France 24...) • Programas • Magazines 	Gratuito
Pack Música	<ul style="list-style-type: none"> • Plataforma de música TIDAL • Canal de música personalizable MyMTVMusic 	10€/mes
Pack Deportes	<ul style="list-style-type: none"> • Competiciones deportivas • Canales deportivos (Eurosport, Barça TV etc.) 	5€/mes
Pack Caza	<ul style="list-style-type: none"> • Contenido único y exclusivo de: <ul style="list-style-type: none"> - Caza - Pesca 	7€/mes

	- Naturaleza	
Pack Adulto	<ul style="list-style-type: none"> • Contenido para adultos • Contenido bajo demanda • Contenido a través de App Placer TV 	10€/mes
Se pueden combinar tantos paquetes como se deseen salvo los packs Seriefans y Serie lovers que son incompatibles.		

Fuente: elaboración propia a través de los datos de Vodafone .es

Tabla 3: Tarifas Base Contratables por Orange

Tarifas base “Love” de Orange		
Tarifa	Contenido	Precio
Tarifa Love Lite	<ul style="list-style-type: none"> • Fibra simétrica 300MB. • 1 Línea móvil con 5GB y llamadas ilimitadas. 	45’95€/mes
Tarifa Love Inicial	<ul style="list-style-type: none"> • Fibra simétrica 300MB. • 1 Línea móvil con 12GB y llamadas ilimitadas. • 12 meses de Amazon Prime. 	53’95€/mes
Tarifa Love Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Fibra simétrica 300MB. • 1 Línea móvil con 25GB y llamadas ilimitadas. • GBs ilimitados durante el fin de semana. • 12 meses de Amazon Prime. 	64’95€/mes
Tarifa Love Medio Max	<ul style="list-style-type: none"> • Fibra simétrica 300MB. • 2 Línea móvil con 25GB a compartir. • GBs ilimitados durante el fin de semana. • 12 meses de Amazon Prime. • Netflix. 	5€/mes

Fuente: elaboración propia a través de los datos de Orange.es

Tabla 4: Contenido que se puede añadir a Orange TV

Tarifas Orange TV		
Paquete	Contenido	Precio
Orange TV Cine y Series	<ul style="list-style-type: none"> • 40 canales Premium en calidad HD. 	9’95€/mes
Orange TV Total	<ul style="list-style-type: none"> • Todo el cine. • Series • Fútbol 	24’95€/mes
RakutenWuaki	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio Streaming de Rakuten 	4’99€/mes

	TV	<i>Existe la promoción del primer mes gratuito</i>
Series	<ul style="list-style-type: none"> • Series en HD • Series VOSE 	5€/mes
Cazavisión	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de televisión dedicado a la caza exclusivamente 	6'95€/mes-

Fuente: elaboración propia a través de los datos de Orange.es

Tabla 5: Comparación de plataformas enfocadas a Series y Películas.

Tabla comparativa Plataformas enfocadas a Series y Películas											
Netflix			HBO			Amazon Prime Video			Disney+		
Producto	Dispositivos simultáneos	Precio	Producto	Dispositivos Simultáneos	Precio	Producto	Dispositivos Simultáneos	Precio	Producto	Dispositivos Simultáneos	Precio
Básico	1	7'99€ por mes	HBO	2	8'99€ Por mes	Amazon Prime Mensual	3	3'99€ Al mes	Disney+ Mensual	4	6'99€ Al mes
Estándar	2	11'99€ Por mes				Amazon Prime Anual	3	36€ Al año	Disney+ Anual	4	69'99€ Al año
Premium	4	15'99€ Por mes									
¿Llevan a cabo alguna promoción?											
Netflix			HBO			Amazon Prime Video			Disney+		
No lleva a cabo ningún tipo de promoción			Ofrece 14 días de prueba gratuitos			Ofrece 30 días de prueba gratuitos			Ofrece 7 días de prueba gratuitos		

Fuente: elaboración propia a través de datos de las páginas web de Netflix, HBO, Amazon Prime Video y Disney+

Tabla 6: Comparativa entre plataformas de Streaming de la televisión tradicional

ATresPremium			MitelePlus		
Producto	Dispositivos simultáneos	Precio	Producto	Dispositivos Simultáneos	Precio
ATresPremium mensual	2	7'99€ por mes	Mitele PLUS	2	3€ Al mes
ATresPremium Anual	2	11'99 € Por mes	Mitele PLUS Internacional	2	3€ Al mes
			Mitele PLUS Liga de Campeones	2	14'99€ Por mes
			Mitele PLUS LaLiga	2	19'99€ Por mes
			Mitele PLUS Fútbol Total	2	35€ Al mes

Fuente: elaboración propia a través de los datos de mitele.es y atrespremium.com

Tabla 6: Tabla comparativa sobre la distribución de las diferentes plataformas de Streaming

Distribución							
Movistar	Vodafone	Orange	Netflix	HBO	AmazonPrime	ATresMedia	Mitele
Tiendas Online	Tiendas Online	Tiendas Online	Tiendas Online	Tiendas Online	Tiendas Online	Tiendas Online	Tiendas Online
https://www.movistar.es/	https://www.vodafone.es/c/particulares/es/	https://www.orange.es/	https://www.netflix.com/es/	https://es.hbo.es/pana.com/	https://www.primevideo.com/	https://suscripcion.atresplayer.com/hazte-premium/	https://www.mitele.es/suscripciones/
Tiendas Físicas	Tiendas Físicas	Tiendas Físicas	Tiendas Físicas	Tiendas Físicas	Tiendas Físicas	Tiendas Físicas	Tiendas Físicas
Dispone de 7.090 tiendas físicas en toda España	Dispone de 1.498 tiendas físicas en toda España	Dispone de 2.041 tiendas físicas en toda España	No dispone	No dispone	Solo dispone para devolver o reemplazar productos	No dispone	No dispone

Fuente: elaboración propia

Ilustración 1: Anuncio Movistar + Juntas construimos



Captura del anuncio #JuntasConstruimos”

Fuente: Web Movistarplus <http://www.movistarplus.es/juntasconstruimos>

Ilustración 2: Anuncio Felices últimas navidades sangrientas de Movistar+



Fotograma del spot “Felices Últimas Navidades Sangrientas”

Fuente: Canal de YouTube de Movistar+

<https://www.youtube.com/watch?v=W3qMKbbUU-8&feature=youtu.be>

Ilustración 3: Programa Liga de las Series de Vodafone TV



Fotograma del anuncio “Comienza La Liga de las Series”

Fuente: Canal de Youtube Vodafone España

https://www.youtube.com/watch?v=pj_A_1f1sA

Ilustración 4: Dispositivo de control por voz Vodafone TV



Fotograma del anuncio “El control de voz llega a Vodafone TV”

Fuente: Canal de Youtube Vodafone España

<https://www.youtube.com/watch?v=V54V-8hv044>

Ilustración 5: Anuncio 75 aniversario de la SGM de Orange TV

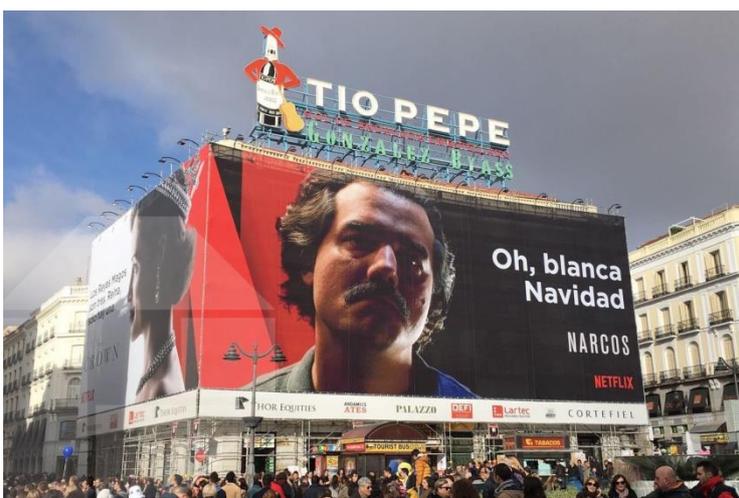


Fotograma del anuncio “75 Aniversario de la Segunda Guerra Mundial en Orange TV”

Fuente: Canal de Youtube de Orange España.

<https://www.youtube.com/watch?v=mD42cr26Eq8>

Ilustración 6: Anuncio Promocional Narcos de Netflix



Publicidad Exterior Netflix anuncio “Narcos”

Fuente: Web “Fuera de Series”

Ilustración 7: Publicidad mediante Snapchat House of Cards



Publicidad Face Swap House of cards

Fuente: Web “Fuera de Series”

Ilustración 8: Anuncio HBO: “HBO España-Todas las series. Todas las temporadas”



Captura Anuncio “HBO España-Todas las series. Todas las temporadas”

Fuente Canal de Youtube HBO España.

https://www.youtube.com/watch?time_continue=29&v=55aC46v8sW8&feature=emb_l

[ogo](#)

Ilustración 9: Campaña RecommendedByHumans



Captura Video “Recommended by Humans”

Fuente: Canal de Youtube HBO

https://www.youtube.com/watch?time_continue=3&v=C1eXuSwX2AU&feature=emb_logo

Ilustración 10: Anuncio de Navidad Amazon Prime

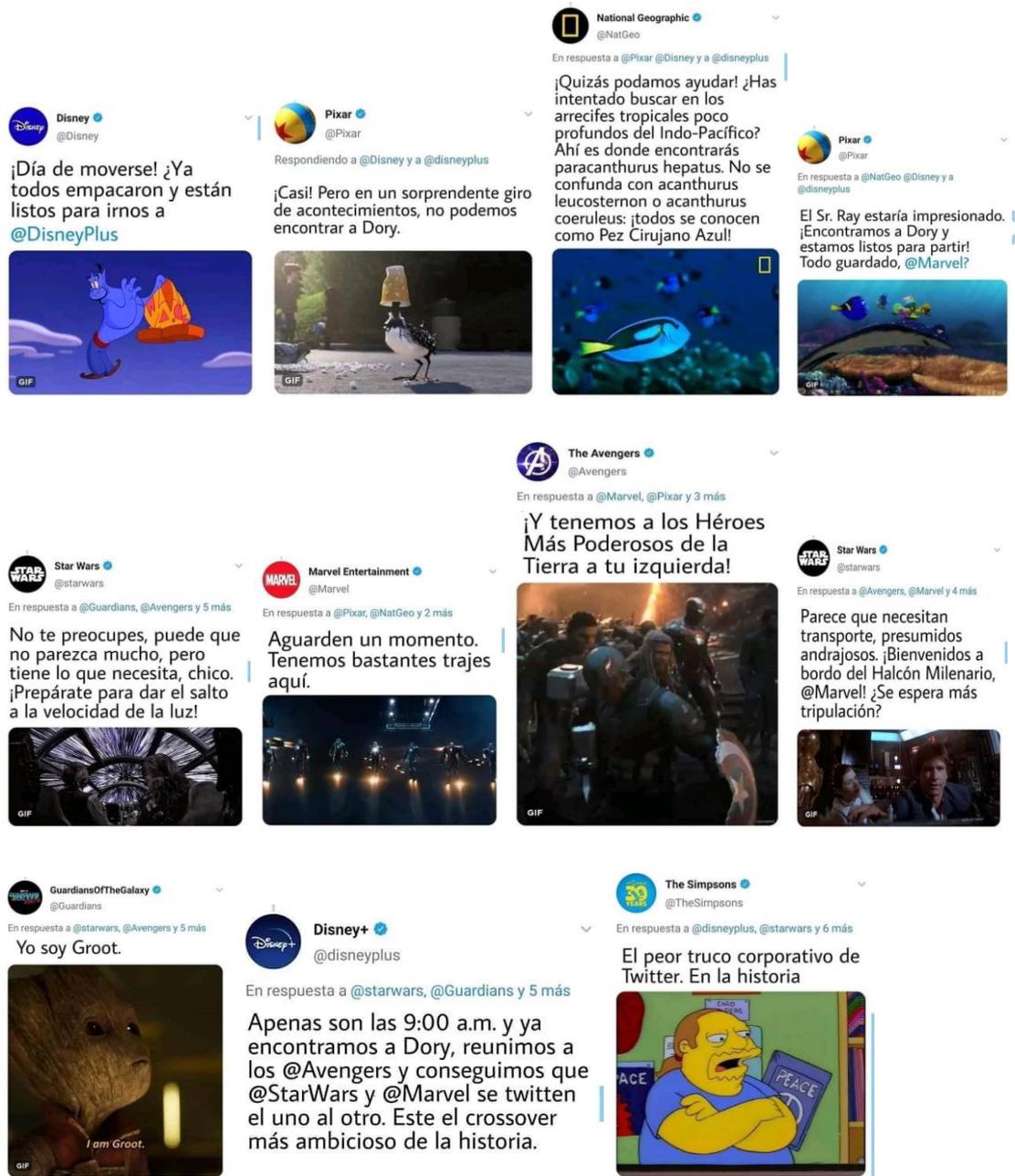


Fragmento referencia “TheBoys” anuncio Navidad Amazon Prime Video

Fuente: Canal de Youtube Amazon Prime Video España

<https://www.youtube.com/watch?v=4B9Jray9ImE>

Ilustración 11: Anuncio Presentación Disney+



Fuente: Web mercado negro-De esta forma Disney plus promociona su lanzamiento vía Twitter

Ilustración 12: Publicidad Serie “Veneno”



Fotograma de la serie “Veneno”

Fuente: AtresPlayer

Ilustración 13: Anuncio por Instagram Miteleplus



Captura de Alquiler Adú

Fuente: Instagram Miteleonline

9.2 ANEXO 2

Soy un estudiante de la universidad de Zaragoza que realiza un estudio sobre los hábitos de consumo televisivos de la población.

Si es usted mayor de edad le agradecería que contestara las siguientes preguntas totalmente anónimas cuya información será únicamente usada para fines académicos.

- 1- ¿Consume televisión tradicional? (Aquella que se encuentra en el TDT)
 - Sí
 - No (Pasar a la pregunta 3)

- 2- ¿Con qué frecuencia consume televisión tradicional?
 - Todos los días
 - Entre cuatro y seis días a la semana
 - Entre dos y tres días
 - Un día a la semana
 - Menos de un día a la semana

- 3- ¿Conoce la existencia de las plataformas de Streaming? (Netflix, HBO, Amazon, A3plus, Movistar+...)
 - Sí
 - No (Pasar a la pregunta 12)

- 4- Señala las plataformas de Streaming que conoces:
 - Netflix
 - HBO
 - Amazon Prime Video
 - MovistarPlus
 - Vodafone TV
 - Orange TV
 - ATresPlus
 - MitelePlus
 - Disney+

- Otra: _____

5- ¿Ha utilizado alguna de las anteriores en el último año?

- No (pasar a pregunta 12)

- Sí

6- ¿Cuáles ha utilizado?

- Netflix

- HBO

- Amazon Prime Video

- MovistarPlus

- Vodafone TV

- Orange TV

- ATresPlus

- MitelePlus

- Disney+

- Otra: _____

7- ¿Qué contenidos suele ver usted en Streaming?

Puede marcar varias.

- Películas

- Series

- Contenido infantil

- Documentales.

- Otra: _____

8- En este momento, ¿es usted abonado a alguna plataforma de Streaming?

- Si

- No (Pasar a la pregunta 11)

9- Puede usted indicar a cuál o cuáles está abonado:

- Netflix
- HBO
- Amazon Prime Video
- MovistarPlus
- Vodafone TV
- Orange TV
- ATresPlus
- MitelePlus
- Disney+
- Otra: _____

10- Aproximadamente, ¿cuánto paga al mes por dichas plataformas?

- Menos de 10 euros
- Entre 10 y 20 euros
- Entre 20 y 50 euros
- Entre 51 y 100 euros
- Más de 100 euros

11- Señale la importancia que da a los siguientes aspectos a la hora de elegir una plataforma de Streaming, siendo 1= Nada importante y 7 = Muy importante.

	1	2	3	4	5	6	7
Disponibilidad de series o películas							
Comodidad de poder visualizar los contenidos en cualquier hora o lugar							
Precio económico							
Facilidad de acceso a través de dispositivos inteligentes							
Cantidad de contenido							

12- Cuando usted ve contenido televisivo ¿Qué suele ver?

- Películas
- Series
- Programas informativos
- Programas del corazón
- Programas de entretenimiento
- Concursos
- Deportes
- Realities
- Otro: _____
-

13- ¿Cuáles son sus géneros favoritos de series y/o películas?

Puede marcar varias.

- Policiacas
- Animadas
- Drama
- Terror
- Juveniles
- Comedia
- Ciencia Ficción
- Otro: _____
- No veo series o películas

14- ¿En qué dispositivo o dispositivos suele usted visualizar contenido televisivo?

- Televisión
- Tablets
- Smartphones
- Ordenador portátil
- Ordenador de sobremesa
- Otro: _____

adicción								
Considero que la aparición de las plataformas de Streaming ha disminuido el pirateo								

En el periodo de confinamiento debido al COVID 19, se produjo un incremento de las horas de consumo de televisión por parte de la población

18- Durante el confinamiento, ¿aumentó el tiempo que destina a consumo televisivo?

- Si
- No

19- Aproximadamente, ¿Cuántas horas veía la TV de media al día en el periodo confinamiento?

- Menos de una hora
- Entre 1 y 2 horas
- Entre 3 y 4 horas
- Entre 5 y 8 horas
- Entre 8 y 10 horas
- Más de 10 horas

20- ¿Contrató usted alguna plataforma de Streaming en el periodo de confinamiento?

- No
- Sí (pasar a la pregunta 21)

21- ¿Podría indicar el motivo o motivos por el que lo hizo?

22- Indique su grado de acuerdo desacuerdo con las siguientes afirmaciones, siendo 1 = completamente en desacuerdo y 7 completamente de acuerdo.

	1	2	3	4	5	6	7	NS/N C
Durante el confinamiento he aumentado las horas que veía la televisión								
Durante el confinamiento creo que he pasado muchas horas viendo la TV								
Durante el confinamiento he visto series que tenía pendientes								
Gracias al consumo de TV no se me ha hecho tan largo el confinamiento								
El consumo televisivo me ha venido bien para que mis hijos estén más entretenidos en el confinamiento								
Durante el confinamiento he adquirido alguna TV o dispositivo inteligente para disponer de más dispositivos en los que reproducir contenido audiovisual								

Por último, le agradecería que contestara las siguientes preguntas.

23- Sexo.

- Hombre
- Mujer

24- Edad

- Entre 18 y 25 años
- Entre 26 y 35 años
- Entre 36 y 45 años
- Entre 46 y 55 años

- Entre 56 y 65 años
- Más de 65 años

25- Número de miembros de la unidad familiar incluyéndose a usted__

26- Tiene usted hijos menores de 10 años:

- Si
- No

27- Nivel de renta mensual neta de la unidad familiar (en euros)

- De 0 a 1.000
- De 1.001 a 2.000
- De 2.001 a 3.000
- Más de 3.000