



**Sede Guayaquil**

**Carrera Administración de Empresas**

**Artículo académico previo a la obtención de título en  
Ingeniería Comercial**

**Tema:**

“Factores que inciden en televidentes guayaquileños para elegir  
televisión por cable o aplicaciones digitales.”

**Autor:**

Shirley Brillit Morla Vera

**Tutor:**

CPA. Juan Emilio Balás León, MBA.

**Guayaquil – Ecuador**

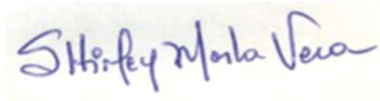
**Septiembre 2020**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Shirley Brillit Morla Vera con cedula de identificación N° 092471321-7, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de titulación: **“FACTORES QUE INCIDEN EN TELEVIDENTES GUAYAQUILEÑOS PARA ELEGIR TELEVISIÓN POR CABLE O APLICACIONES DIGITALES.”** mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: *Ingeniero Comercial*, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, noviembre del 2020




Shirley Morla Vera

C.I. 0924713217

## CERTIFICACIÓN

Yo, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación:  
**“FACTORES QUE INCIDEN EN TELEVIDENTES GUAYAQUILEÑOS PARA ELEGIR TELEVISIÓN POR CABLE O APLICACIONES DIGITALES.”** realizado por Shirley Brillit Morla Vera, obteniendo el *Artículo Académico*, que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, noviembre del 2020



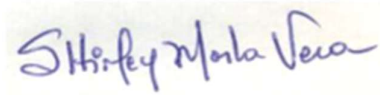
Cpa. Juan Balás León, MBA.  
DOCENTE  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

C.I. 0909591208

## DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Shirley Brillit Morla Vera con documento de identificación N° 092471321-7, autor del trabajo de titulación: **“FACTORES QUE INCIDEN EN TELEVIDENTES GUAYAQUILEÑOS PARA ELEGIR TELEVISIÓN POR CABLE O APLICACIONES DIGITALES.”** certifico que el total contenido del *Artículo Académico* es de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, noviembre del 2020



Shirley Morla Vera

C.I. 0924713217

# **Factores que inciden en televidentes guayaquileños para elegir televisión por cable o aplicaciones**

---

*Factors that influence tv viewers of Guayaquil in their choice between cable tv or digital applications*

*Shirley Brillit Morla Vera*. Estudiante de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador) (smorla@est.ups.edu.ec)

*Cpa. Juan Emilio Balás León, MBA*. Profesor de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador) (jbalas@ups.edu.ec)

## **Resumen**

---

En el medio guayaquileño, los principales canales de televisión son: Ecuavisa, RTS, Teleamazonas, Gamavisión, Tc y Canal Uno. La llamada ley de comunicación limita el contenido televisivo que cada uno de ellos puede ofertar, situación que incurre en que los televidentes continuamente tengan que ver exceso de publicidad, cadenas políticas y exagerada cantidad de repeticiones de sagas de películas, comedias y novelas, principalmente los fines de semana. Desde la década de los 80, existe el servicio de televisión por cable, el mismo que solo cierto sector lo podía costear; aparecieron compañías como Grupo Tv cable y Univisa, con el pasar del tiempo se incorporaron Claro, Movistar, CNT y DIRECTV, para acaparar mercado crearon el triple plan en donde el usuario puede tener internet, telefonía y televisión al mismo tiempo. Con el pasar de los años, se crean las redes wifi y aparecen aplicaciones digitales para televisión como Netflix, HBO GO y Amazon Prime Video. En esta investigación se describen los factores que motivan ver televisión por cable o aplicaciones digitales; se buscó identificar los factores que intervienen para que los usuarios elijan el tipo de servicio de televisión. Se concluye aspectos positivos como el costo, variedad, actualización de programación, y otros negativos como publicidad repetitiva, grabación de contenidos, tiempo del usuario; son factores que influyen en los usuarios para migrar al servicio de cable o a la IP TV.

## **Palabras clave**

Factores de influencia, televidentes de Guayaquil, elección, televisión por cable, aplicaciones digitales de televisión, IPTV, programación nacional.

## **Abstract**

In Guayaquil's environment, the main television channels are: Ecuavisa, RTS, Teleamazonas, Gama Vision, Tc and Canal Uno. The so-called communication law limits the television content that each of them can offer, a situation that incurs those Viewers continually have to watch excess commercials, political networks and an exaggerated number of reruns of movie, comedy and novel sagas, mainly on weekends. Since the 80s, there has been cable television service, the same that only a certain sector could afford; Companies such as Grupo Tv cable and Univisa appeared, with the passing of time Claro, Movistar, CNT and DIRECTV joined, to monopolize the market they created the triple plan where the user can have internet, telephone and television at the same time. As time goes by, Wi-Fi networks are created and digital television applications such as Netflix, HBO GO, and Amazon Prime Video appear. This research describes the factors that motivate users to watch cable television or digital applications; a survey focused on knowing the advantages and disadvantages of both the use, satisfaction and cost of the mentioned modalities is applied. It is concluded that the cost, variety - evolution and updating of programming, repetitive advertising, content recording and user time are the main factors that influence users to migrate from national television to cable service or to Ip Tv.

## **Keywords**

Influence factors, Guayaquil's viewers, choice, cable television, digital television applications, Ip tv, national programming.

## 1. Introducción

Una de las formas de entretenimiento familiar y a su vez considerada también como forma de transmisión de noticias y espectáculos tanto nacionales como internacionales es la televisión. De acuerdo con Mullins, Walker, & Boyd, 2007 una necesidad no satisfecha es una brecha entre los estados real y deseado de una persona o alguna dimensión física o psicológica. Todos tienen necesidades básicas físicas críticas para la supervivencia, tales como alimento, agua, calor, abrigo y sueño. También se tiene necesidades sociales y emocionales críticas para el bienestar psicológico, como es el caso de la seguridad, propiedad, amor, estima y realización de las ambiciones. Esas necesidades que motivan el comportamiento de consumo de individuos son pocas y básicas; las mismas son creadas por comerciantes u otras fuerzas sociales; provienen de la estructura básica biológica y psicológica como seres humanos.

El servicio televisivo presenta diferentes tipos de programas entre los que se pueden destacar los noticieros, farándula, deportes, cine, caricaturas, novelas, concursos, comedias, segmentos educativos, secciones religiosas, espacios políticos y programas de telerrealidad.

La división mencionada anteriormente está enfocada a los televidentes, los cuales son la población de un país, provincia, ciudad, área o región específica con diversas edades; esta situación genera la programación nacional que es compartida geográficamente. No obstante, las tendencias crean nuevos tipos de series, aplicando mejor tipo de escenarios, formando alianzas estratégicas con cadenas de producción internacionales para innovar el servicio, penetrar en

nuevos mercados y con los avances tecnológicos captar nuevos televidentes. Investigaciones realizadas por (Pazmiño & Galarza, 2016) manifiesta que, en la televisión ecuatoriana, los canales nacionales de mayor relevancia son Ecuavisa, RTS, Telemazonas, Gamavisión y Canal uno. Es común observar que constantemente repiten novelas y comedias de origen mexicano y colombiano de lunes a viernes y capítulos repetidos de una misma temporada de determinadas series extranjeras, así como repetir trilogías de películas de la década de los años 80 y 90 los fines de semana, situaciones que recaen en aburrimiento y necesidad de buscar nuevas alternativas de programación, este es el fundamento de la necesidad de contratar el servicio de televisión pagada o por cable.

En un principio las compañías que tomaron la posta de la televisión por cable fueron Grupo TV Cable y Univisa, posteriormente se incorporan las operadoras de cable Claro, Movistar, CNT y la internacional DIRECTV ofreciendo diferentes paquetes denominados combos de acuerdo con las necesidades y poder adquisitivo de sus usuarios. Dependiendo la contratación pactada, la ciudadanía conoció nuevos canales como Tnt, Abc, Fox Sports, Univisión, Espn Sports, Hbo, Bloomberg, Cnn, Discovery Channel, Cartoon Network, entre otros.

El servicio de televisión por cable no tuvo competencia externa, debido a que cada operadora oferta programas de carácter sustituto en donde si a la persona no le gustaba determinado programa simplemente cambiaba de canal hasta encontrar algo de su gusto. El servicio de cable empieza a decaer por la aparición de las nuevas señales en donde en un principio para gozar de mejor programación fue necesario cambiar el tradicional televisor de cajón al denominado televisor led y en los actuales momentos al Smart Tv – televisor inteligente. La expansión de internet es un rival poderoso del servicio de cable porque por medio de la app store, son ofrecidas muchas aplicaciones / plataformas gratuitas para con comodidad y acorde a la necesidad visualizar el servicio requerido, tales como: Lazy IPTV, Gse Smart IPTV, Perfect Player IPTV, Ottplayer, Cinecanal, Amazon Prime, Disney +, Netflix, Hulu, Youtube, Twitch, Google Chrome entre otros.

Con la llegada de servicios como Netflix, Crackle, YouTube, Pop Corn Time, Cuevana, incluso la descarga ilegal de contenidos, el cliente tiene la facilidad de escoger sus contenidos favoritos. Netflix ha sido uno de los mayores beneficiados con esta transición de hábitos y en el primer trimestre del 2015 registró una cifra récord de nuevos suscriptores al llegar a 4.9 millones a nivel mundial y reportó ingresos por \$1.400 millones de dólares (Paladines, 2015).

Una empresa se maximiza eligiendo sus factores y productos con el único fin de obtener la cantidad de ganancias máxima posible. Es decir, la empresa tratará de conseguir que la diferencia entre sus ingresos y costos totales sea lo más grande posible. Es un supuesto plausible porque, de hecho, los dueños de las empresas buscan que sus activos adquieran el mayor valor posible y porque los mercados competitivos pueden castigar a las empresas que no maximicen las ganancias (Nicholson, 2008).

Esta investigación desea conocer los factores que inciden en televidentes guayaquileños para elegir televisión por cable o aplicaciones digitales.

## **Problema**

¿Cuáles son los factores que inciden en televidentes guayaquileños para elegir televisión por cable o aplicaciones digitales?

## **Antecedentes**

El servicio de televisión pagada o por suscripción está en pleno declive en el mercado ecuatoriano. Según cifras de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, el número de suscriptores de televisión pagada a escala nacional cayó 42.122 en 2019, comparado con 2018. En 2019, el número de suscriptores llegó a 1,1 millones. La mayoría están concentrados en la provincia del Guayas y le sigue Pichincha. En materia de telecomunicaciones, la irrupción de las plataformas de 'streaming' o de transmisión de video en Internet han cambiado el consumo de contenidos audiovisuales (Angulo, 2020).

El tipo de programación transmitida en el entorno guayaquileño es centralizado en crónicas y farándulas que no tienen nada creativo y que no generan valor agregado cultural y emocional positivos para los suscriptores (Ferrer, 2016). El problema que conlleva este tipo de decisiones es que a la televisión nacional únicamente se la considere para mantenerse al tanto de las noticias, mientras que los competidores tienen mayor preferencia debido a la diversidad y variedad de programas.

En ese sentido, la televisión por internet no posee límites a diferencia de sus antecesores, fuera de la comodidad brindada que con un simple plan de megas o uso de wifi se puede acceder a la programación y recursos añorados.

Según el estudio realizado por Digital TV Research, en 40 países de todo el mundo, uno de cada diez televisores cuenta con algún tipo de conexión a internet, ya sea por medio de algún dispositivo externo o por ser Smart TV. Esto se traduce a 228 millones, los cuales para el 2020 habrán aumentado a 876 millones, es decir, uno de cada cuatro televisores (Digital Research tv, 2015).

La integración de nuevas tecnologías que insertarán pantallas digitales en los objetos de uso cotidiano del cliente y que estarán disponibles para el entorno empresarial, sumado al internet de alta velocidad, dotarán a las empresas de nuevos canales de comunicación, los cuales deberán ser utilizados de manera óptima con contenido personalizado y de calidad para cada uno de los clientes en los micro segmentos de mercado. La intención de esta personalización de contenidos es evitar el hostigamiento del cliente por recibir publicidad generalizada y más aun teniendo en cuenta que la tecnología permitirá a los consumidores evadir publicidades que no sean de su interés (Sumba, Cueva, & López, 2018).

## **Justificación**

Las diversas operadoras tienen la ideología de obligar a adquirir un combo que contiene televisión, internet y teléfono, cuando realmente con una buena señal de internet se puede tener todo al alcance y generar ahorro.

En el medio guayaquileño los canales de televisión nacional no hacen algún tipo de modificación destacada a su programación, situación que puede incidir en el riesgo de desaparecer del mercado porque con la televisión por cable y la incursión de las aplicaciones digitales de IPTV o Televisión por internet los suscriptores tienen libre elección de contratación de estas. Por otro lado, los jefes de familia e individuos en general son influenciados por diferentes factores tanto personales, monetarios, tecnológicos y sociales para obtener mejor programación, barata, disponible y actualizada, teniendo en cuenta que pueden encerrar contenido beneficioso o no para los demás integrantes del núcleo familiar. Por otro lado, las series de televisión tienen un elemento adicional que las hace aún más interesantes como herramientas de marketing turístico. La programación televisiva que gozan los ecuatorianos está relacionada con los programas pactados en regiones de mayor desarrollo como Chile y Colombia, puesto que en aquellos países se realiza el proceso de subtítulo para Latinoamérica. Después de esta labor, se contacta a los canales de cada país para que compren los programas y/o series subtítuladas para que sean vistos por el resto de los países. Si la negociación es efectiva, los episodios normalmente se lanzan semanalmente y las audiencias esperan su transmisión con gran expectativa (Núñez, Ruiz, & Ravina, 2018).

Como señalan (Nagle, Hogan, & Zali, 2011) las fuerzas económicas que determinan una utilidad cambian cuando la tecnología, la regulación, la información del mercado, la preferencia de los consumidores y los costos relativos cambian.

### **Situación problemática**

Desconocimiento de los factores que inciden positiva o negativamente en los clientes o televidentes para elegir televisión local y aplicaciones por internet. Así como la ausencia de investigaciones actualizadas que permitan determinar los factores que inciden positiva y negativamente en la selección de televisión local y aplicaciones digitales.

### **Objetivos**

#### **Objetivo general**

Determinar los factores que inciden en televidentes guayaquileños para elegir televisión por cable o aplicaciones digitales.

#### **Objetivos específicos**

1. Realizar una investigación sobre los servicios y costos de televisión por cable y aplicaciones digitales.
2. Determinar la programación de mayor aceptación y rating en la televisión nacional y la televisión pagada.
3. Identificar los factores que intervienen en la elección entre televisión por cable o aplicaciones digitales.

### **Fundamentación teórica**

#### **Marco conceptual**

##### **Audiencia**

Grupo de personas convocadas a observar o dar un criterio sobre un acontecimiento determinado (Avila, 2018).

##### **Consumidor**

Persona que compra o adquiere un bien o servicio. Se hacen estudios de mercado dirigido a los consumidores para saber su opinión antes del lanzamiento de un nuevo producto o idea en el mercado. El cliente ofrece sus recursos, generalmente dinero, a cambio de dichos bienes o servicios. En otras palabras, el consumidor busca obtener una determinada satisfacción por medio de transacciones (Sánchez, 2020).

##### **Decisión de compra**

Involucra todo el proceso operativo, que inicia con el estudio de mercado, diseño del producto o idea, pruebas con la audiencia, fijación de precios, campañas de marketing y el lanzamiento. Cuando el consumidor comienza una investigación es porque no posee aún la decisión de compra, entonces busca información concreta para saber si el producto es o no de su gusto, por lo que las empresas deben educar a sus compradores. Al cliente le gusta que lo acompañen en sus decisiones, que se sientan apreciados y con preferencia. Ir creando en cada etapa una relación marca-cliente para llegar a un punto de confianza y oportunidad para realizar una oferta (Vanegas, 2020).

##### **Decodificador**

Aparato que recibe la señal tanto por cable y antena, y que reproduce canales según la configuración que se le adapte (Corporación Nacional de Telecomunicaciones, 2017).

##### **Fibra óptica**

Es el protocolo de televisión que puede verse sin cable y que contiene toda la programación que ofrecen las operadoras de cable, simplemente la persona se conecta con un wifi y configurando la aplicación accede a los canales de la web. Como su nombre lo indica, describe la forma de contenidos de video, imágenes, audio dentro de una red ip (Trujillo, 2016).

##### **Hd**

Considerado el tamaño de televisor led o smart básico para 40 pulgadas en adelante; es la resolución de alta definición de una pantalla que cuenta con 1280 píxeles horizontales por 720 píxeles verticales (Arrieta, 2016).

##### **Ip Tv**

Es el protocolo de televisión que puede verse sin cable, simplemente la persona se conecta con un wifi y configurando la aplicación accede a los canales de la web. Como su nombre lo indica, describe la forma de contenidos de video, imágenes, audio dentro de una red ip (Trujillo, 2016).

##### **Línea móvil**

Número de teléfono asignado a un usuario por medio de dispositivo móvil para su uso personal o comercial (Tuenti, 2018).

##### **Megas**



Unidad de almacenamiento para compresión y transmisión de datos, es el referente de velocidad de descarga y transmisión de información (Conceptodefinicion.de, 2019).

### **Netflix**

Es un servicio de streaming que ofrece una gran variedad de programas, películas y documentales premiados en casi cualquier pantalla conectada a internet, tiene un amplio catálogo de programas, películas, documentales, animés, originales premiados y más (Netflix Ecuador, 2016).

Netflix es el pionero en este campo, sin embargo, presenta películas viejas y no muestra películas de estreno; claro está que tiene una alta gama de películas de impacto, cada cierto tiempo saca series y se demora mucho en renovar las temporadas y/o secuelas siguientes.

### **Ntsc**

Es el sistema de codificación y transmisión a color analógica que amplía imágenes blanco y negro a 525 líneas horizontales y 270 verticales (Samsung, 2018).

### **Pal**

Estándar de formato de vídeo para Europa, significa línea alternativa de fase (Sony Latino, 2019).

### **Programación nacional**

Conjunto de canales que oferta un país, dividido en comedias, novelas, deportes, farándulas, noticias, infantiles y realities (Univisa, 2017).

### **Sd**

Es el sistema de definición estándar de los televisores de pantalla plana o led tv; dentro de este estándar el tamaño de las imágenes no será nunca mayor de 625 / 525 líneas de información. En el SD se encuentran encuadrados los sistemas antiguos PAL o NTSC y es la que se ha considerado hasta no hace mucho tiempo como la calidad de imagen estándar de todas las televisiones del mercado (Galerna Estudio, 2018).

### **Sneak peek**

Son los llamados cortes, avances o trailers. En términos televisivos, son pequeñas propagandas, las cuales no sobrepasan los 60 segundos de duración, con el objetivo de despertar la atención del televidente y ganar su interés en la visualización de una nueva serie o programa a estrenarse.

### **Soporte técnico**

Conjunto de personas encargadas de dar asesoría tanto física como virtualmente con el objetivo de solucionar inconvenientes específicos de cada producto o servicio tanto de hardware y software (Díaz, 2020).

### **Streaming**

Es la forma, velocidad y transmisión de los datos a través de redes sociales y aplicaciones en internet, sin distorsionarse ni perder calidad de audio y video en tiempo real. Va ligado a los avances tecnológicos y al crecimiento del uso de internet. La inclusión de YouTube fue esencial para la proliferación del formato de vídeo, y por ende afectó de manera positiva a la puesta en práctica de este. Se utiliza principalmente para acercar todo tipo de contenido a un número amplio de usuarios, que con tan sólo un ordenador o teléfono móvil pueden acceder. Con el paso de los años son numerosos usos los que se le han dado al streaming (Peiró, 2017).

### **Tendencia**

Son los temas o tópicos de conversación e interés de mayor importancia compartidos por varias personas. En el mundo de la televisión, son aquellos programas que forman el top ten semanal y que son comentados por la audiencia en general.

### **Televidente**

Es aquella persona que gusta del contenido televisivo, puede sintonizar el tipo de programa de su preferencia en el horario que estime adecuado. Esta persona sintoniza programación tanto nacional como extranjera.

### **Televisión satelital**

Es la señal que se transmite desde un satélite hacia una antena y se reproduce por medio de un decodificador (Mcmahon, 2015).

### **Tripleplay**

Es un combo en el cual la compañía de telecomunicaciones ofrece internet, telefonía fija y servicios de televisión extranjera (Claro, 2020).

## **Marco teórico**

### **Antecedentes de televisión pagada en el Ecuador**

La televisión pagada es un servicio contratado y se tiene la posibilidad desde su casa ver canales extranjeros; asimismo dependiendo del país es la señal por ejemplo la programación por cable de Ecuador es la de las filiales de Chile, Colombia y Argentina. Esto ha impulsado que el Grupo

Tv Cable haga convenios con otras señales referenciales para armar canales y venderlos por paquetes. El pensamiento de (Dolan, 2014) sostiene que la proliferación de los canales de televisión por cable ha aumentado las opciones de personalización para la televisión. Evidentemente, todos los televidentes que miran determinado programa ven la misma publicidad. Pero ahora hay muchos canales especializados que cuentan con públicos también especializados. Es posible personalizar un anuncio para el tipo de público que habitualmente ve cierto programa de televisión y adaptar el mensaje al público.

La tecnología permite que ciertos usuarios prácticamente eliminen la televisión de señal abierta por cable porque muchas personas no pasan en sus hogares, mientras que por medio de su dispositivo móvil es mucho más factible ver contenido específico en el momento y/o circunstancia deseada sin tener que estar a la expensa de la programación de una revista o diario.

Como señala (Ramos, 2010) en América Latina con el acceso de la sociedad a la televisión, se ha ido consolidando como el principal medio de difusión de masas, contemplando como principal característica el carácter comercial del medio y la relación existente entre la política y la milicia, siendo conscientes de gran uso y acogida de la televisión a nivel de latino américa, ya que el avance que ha tenido la televisión en términos técnicos, ha sido muy considerable, por la adquisición de tecnología que permite un mejor desenvolvimiento de la misma, brindando a los televidentes calidad en la transmisión de los programas. Por lo general, las personas cuando llegan a su casa prenden la televisión y busca los canales, películas o algo que le llame la atención, mientras que con las apps en cualquier momento se puede abrir programación, dejar en pausa a la misma y en otro momento se puede volver a retomar sin tener preocupación de la falta de tiempo o esperar hasta la otra semana para el respectivo reprise o repetición.

Con una buena señal de internet se puede ver las aplicaciones sin ningún inconveniente, ese es el requisito principal cuando uno tiene un dispositivo o los televisores inteligentes. Según la (Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones, 2015); el servicio de audio y video por suscripción a la diversión y entretenimiento da menos prioridad al aspecto cultural y educativo, por lo que con respecto al entorno cultural y educativo su aporte es mínimo, dándole menos importancia a la riqueza educativa y apoyándose más en el crecimiento económico y publicitario.

La importancia de la investigación se enfoca principalmente en el análisis de medios de televisión pagados que pueden o no ser beneficiosos para la sociedad, en vista que existen temas que para un grupo social pueden ser beneficiosos y de interés cultural, educativo, espiritual o cualquier otro ámbito que no necesariamente concuerden con otro grupo diferente que vean ciertos programas como ofensivos, fuertes emocionalmente, religiosamente no permisivos o políticamente ofensivos, ya que la televisión pagada está abierta a todo tipo de sociedad sin restricciones en vista que existe un intercambio permanente de opiniones e informaciones sobre problemas sociales que afectan a la comunidad, para que a través de ella puedan ayudar a solventar dichas problemáticas o en otras ocasiones agravarlas dependiendo de la ubicación geográfica, cultura o religión a la que pertenezca dicha sociedad (Castro, 2018).

En la actualidad existen varias aplicaciones pagadas, unas cuantas son gratis y ofrecen diferentes tipo de contenido, los cuales tiene algunos beneficios, además la sociedad además de ver televisión nacional se está inclinando por la televisión pagada por lo que desean ver contenido exclusivo y que esté al día con la programación de otros países, sin olvidar que la programación nacional es más vista por las noticias que suceden o los programas de deportes como lo más fundamental, sin descartar que hay personas que también gustan de los programas matutinos aunque la mayoría de ellos son dirigidos a las amas de casa.

### **Aplicaciones Digitales de Televisión**

Con la aparición de las apps, existe mayor preocupación de lanzar las películas y hacer el negocio directamente con las aplicaciones digitales sin tener que estar contratando un plan, para de esta manera poder ver de una manera fácil y práctica la programación abierta teniendo un dispositivo móvil y una buena señal de internet. Muchos clientes se dieron cuenta de que las apps no tienen intermediarios y se goza de la señal en cualquier momento y que se puede conectar varios dispositivos sin estar sujeto al tiempo de la televisora.

Las plataformas conocidas permanecen en el mercado porque fácilmente con el pago de las suscripciones provenientes de sus apps se solventan debido a que el dinero les entra directamente sin vendedores o intermediarios, todo el proceso es online. De esta manera, los

usuarios buscan en internet su programación para ponerse al día y verlo a su propio ritmo y gusto.

En el caso de las aplicaciones digitales de televisión como Netflix, HBO o Amazon en sí el usuario debe pagar una suscripción para gozar de la información cargada. En cierta manera, este hecho es limitante porque solo se puede observar el contenido definido en ese momento. El proveedor de estas aplicaciones cada cierto tiempo va seleccionando, dando de baja y cambiando las películas, series, vídeos y renovando el entorno para la atracción entre los usuarios.

### **Netflix**

Una de las fallas de Netflix es que no cargan temporadas completas de series, entonces de cierta manera por tratar de abarcar más películas, no se han tomado el tiempo de darle seguimiento o agregar mayor contenido a su catálogo actual. Esto ha originado que ciertas series solo pueden verse hasta determinado capítulo y después de 2 o 3 años ponen la continuación.

La televisión por cable empieza a decaer mostrando películas repetitivas y como se indicó anteriormente es que dependiendo del país la programación estaba retrasada en relación con los Estados Unidos. De esta manera, se ofertaba un servicio monótono y que además también transmitía propagandas y pautas publicitarias, fue ahí cuando apareció Netflix debido a que el servicio de cable empezó a repetir lo mismo. Netflix lanzando esa novedad de ver mediante una aplicación las películas que el televidente quiera en el tiempo deseado, poco a poco se fue dando a conocer por medio de su famosa prueba gratis de un mes en que si era del gusto del espectador lo contrataba y caso contrario, no pasaba nada. Simplemente, se realizaba la validación con correo electrónico y así ver quiénes eran las personas que ingresaban para que no usen 2 veces el servicio gratis.

Lo que está pasando en la actualidad es que como la mayoría de la programación televisa es realizada en el exterior, y llegan a el país cuando ya no están en estreno o debido a que ya no son tan comercializadas, entonces las transmiten por la televisión por cable, pero desde hace algún tiempo existen varias aplicaciones que van a la par y hacen posible que los televidentes estén enterados de las programaciones que han salido o están de moda

### **HBO GO**

Es un poco más costoso porque muestra películas más actuales con una diferencia aproximada de 6 meses después de ser estrenadas en salas de cine, también tiene contenidos exclusivos al momento que son lanzados en Estados Unidos y transmitidos directamente a cualquier parte del mundo.

Viendo la competencia qué hay en el mercado, los usuarios buscan buenas opciones de programación. Una parte negativa de las aplicaciones es que dependiendo del país en que se encuentre el usuario la gama de películas será más amplia, razón por la cual en los países latinos la mayor parte las aplicaciones no muestran contenido actual rápidamente. Una característica importante de HBO es que tiene como objetivo promocionar nuevo contenido primero en los móviles y después en su canal para de esta manera ofrecer exclusividad.

El mercado está totalmente colapsado con las aplicaciones actuales, pero como en todo país hay ciertas políticas que impiden el uso de ciertas plataformas, como el caso de Disney+, sin embargo, siempre hay programaciones que son exclusivas dirigidas a cada público diferente.

### **Amazon Prime Video**

La aplicación Amazon está dividida en los menús: películas, series, infantil, títulos de Amazon Originales - exclusivos y avances destacados. Una de las ideologías de Amazon es que la mayoría de las personas no pasan en su casa, entonces es más factible tener el contenido digital en su dispositivo móvil y poder verla en medida como la persona tenga tiempo.

Esta aplicación a diferencia de la mayoría tiene un plus que lo distingue del resto porque su segmentación es tan filtrada que automáticamente sabe los gustos de cada cliente, además de que es la más barata del mercado, también ofrece periodos de prueba lo cual se destaca por ofrecer lo mejor durante el tiempo que indica

### **Disney Plus**

Existe un crecimiento sostenido del uso del teléfono celular, computador e internet en hombres y mujeres mayores a 5 años. Además, se observa que poco a poco se va eliminando la brecha digital de género en cuanto al uso de las TIC analizadas. De continuar con esta tendencia creciente, se podría ir fortaleciendo la generación de iguales oportunidades educativas y laborales, y fomentar el empoderamiento de las mujeres en diferentes actividades económicas.

Analizando el uso de internet, se evidencia que crecerá más que el uso del computador y teléfono celular. Esta situación garantizaría que los servicios que ofrece la red como

comunicación, búsqueda de información y oportunidades de educación y trabajo seguirían incrementándose hasta 2021 (Ibujés & Franco, 2019).

Disney que es el imperio más grande y famoso de diversión familiar global ha creado su propia aplicación, la cual puede ser visualizada en ordenadores y dispositivos móviles. Tomando en cuenta que muchas de las producciones están enriqueciendo a plataformas como Netflix, Disney crea una nueva app en la cual se goza de contenido exclusivo de todas las películas – franquicias de Disney, las mismas que están enfocadas para público infantil niños por medio de productoras asociadas como Pixar y Marvel entre otras, a partir del 18 de noviembre del presente año, se encontrará disponible para Latinoamérica.

## **Marco legal**

### **Ley de comunicación social**

La Ley de Comunicación se desprende del artículo 384 de la Constitución, que establece que el sistema de comunicación social debe asegurar el ejercicio de los derechos de esta, la información, la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana. La Carta Magna establecía la necesidad de crear los mecanismos legislativos idóneos para el pleno y eficaz ejercicio del derecho a la comunicación de todas las personas, de manera individual o colectiva. Con esto se busca procurar el correcto ejercicio de los derechos a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa, participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma (Berrones, 2015).

El artículo 66 de la misma destaca el apoyo a las comunidades para el desarrollo de programaciones, acordes a su cultura. La promoción de producciones nacionales obliga a los medios de comunicación a poner en su programación algún segmento que resalte lo hecho en el país. El tema de las frecuencias también está tipificado en la ley dejando claro cómo deben operar los medios y qué es lo que tienen que hacer las personas que estén interesadas en adquirir una.

### **Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones**

Es el organismo que controla que las operadoras de televisión y radio respeten los derechos de audio, vídeo y datos a favor de los ciudadanos. Entre las principales resoluciones emitidas y que tienen relación directa a la investigación, se mencionan:

**Tabla 1. Resoluciones Arcotel en operadoras de telecomunicaciones.**

<b>Documento</b>	<b>Contenido</b>
Resolución Arcotel 2015-0095	Regularización de Otecel (Movistar) y Conecel (Claro).
Resolución Arcotel 2015-0133	Normativa para prestación de datos, audio y vídeo.
Resolución Arcotel 2015-0045	Normativa de prestación de servicio de telecomunicaciones.
Resolución Arcotel 2015-008	Regularización de CNT.
Resolución Arcotel 2015-0801	Normativa de frecuencias de radio y televisión.
Resolución Arcotel 2015-0825	Tarifas de servicios de telecomunicaciones.
Resolución Arcotel 2015-0906	Regularización de TC Televisión.
Resolución Arcotel 2015-0889	Regularización de Univisa.
Resolución Arcotel 2015-0886	Regularización de DirecTv.
Resolución Arcotel 2015-0825	Regularización de Grupo Tv Cable.
Resolución Arcotel 2015-0877	Regularización de RTS.

Fuente: Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones – Arcotel, 2020.

Todas estas resoluciones tratan sobre la administración, gestión y vigilancia en los aspectos comerciales y jurídicas de las empresas operadoras de telecomunicaciones. En el caso de las operadoras Claro, Movistar, DirecTv, CNT, Grupo Tv Cable y Univisa, El punto más relevante es que Arcotel en la resolución 2015-0045, les autoriza a las operadoras mencionadas que la duración mínima del contrato de servicio de internet, televisión y telefonía es de 3 años.

## **2. Materiales y Métodos**

Para alcanzar los objetivos de la presente investigación se usarán herramientas de investigación tanto cualitativa como cuantitativa. Para el primer objetivo específico: realizar una investigación sobre los servicios y costos de televisión por cable o aplicaciones digitales, se utilizó la observación como herramienta de investigación, para ello se visitaron todas las páginas webs de los proveedores tales como: TV Cable, DIRECTV, Univisa, Movistar, Claro, y de las aplicaciones

Prime Video, HBO GO, Netflix y Disney Plus con el propósito de obtener información completa y profunda referente a los servicios y costos de televisión pagada o aplicaciones digitales.

Para alcanzar el objetivo 2: determinar la programación de mayor aceptación y rating en la televisión nacional y la televisión por cable, se realizó una encuesta con base en la población de la ciudad de Guayaquil, se estableció para ello una muestra a la cual se aplicó una encuesta. De las cuales las preguntas desde la número 1 a la 13 hacen referencia a la televisión nacional y a la televisión pagada, enfocadas a conocer ambas sintonías de televisión, dividido entre noticieros, telecomedia, novela, programa de deportes, farándula, series infantiles, películas y realities.

Para alcanzar el objetivo 3: identificar los factores que intervienen en la elección entre televisión por cable o aplicaciones digitales, se hizo una encuesta cuyas preguntas permitieron conocer los factores de éxito y las ventajas que ofrecen cada una de las televisoras y las empresas que ofertan televisión por cable y digitales. Se consideró para este objetivo las preguntas de la 14 a la 22 que hacen referencia a identificar los factores que inciden en la elección entre televisión por cable o aplicaciones digitales.

Estas herramientas de investigación permitieron conocer los costos en que incurren por gastos de televisión los usuarios y al mismo tiempo permitió identificar las tendencias de programación que se visualizan cotidianamente tanto en la programación nacional, por cable y en aplicaciones digitales. Luego de esto, se tabularán los datos y con las opiniones brindadas se podrá sugerir una propuesta encaminada a ofrecer las características que inciden en los televidentes de Guayaquil para elegir entre la televisión por cable o aplicaciones digitales.

El diseño de esta investigación es de carácter transversal, ya que se toma un contexto específico de una sociedad en tiempo y espacio, acerca de un tema de interés social de forma interna y externa, permitiendo extraer conclusiones acerca de los efectos acaecidos en la misma (Balón & Villamar, 2019).

### Población

De acuerdo con los datos revisados en la página del INEC sobre la población de la ciudad de Guayaquil indica que en el año 2010 existen 2.698.077 de habitantes.

### Muestra

Para esta investigación se utilizó la fórmula de muestreo probabilístico:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 p q}$$

N=2.698.077; 1- $\alpha$ = 95%, ( $Z_{\alpha}$ = 1.96); e= 0.05; p= 0.5; q= 0.5, (q=1-p)

$$n = \frac{(1,96)^2 (2.698.077) (0,5)(0,5)}{(0,05)^2 (2.698.077 - 1) + (1,96)^2 (0,5)(0,5)} = 384.11 \cong 384$$

El tamaño de la muestra sería de 384 espectadores pertenecientes a Guayaquil.

En el momento actual, el país se encuentra en emergencia sanitaria por la pandemia del Covid 19, por lo que se usó las encuestas por Google forms, la cual se aplicó a la muestra.

**Tabla 2. Descripción de la muestra**

Espectadores	Participación
Ejecutivos	20%
Mercadólogos	40%
Influencers	15%
Amas de casa	10%
Estudiantes	10%
Público en general	5%
Total	100%

Fuente: la Autora.

### 3. Resultados

Después de aplicar la observación para alcanzar el primer objetivo específico los resultados fueron los siguientes:

**Tabla 3. Precios de aplicaciones digitales de televisión en Guayaquil**

Plataforma	Costo	Características
Netflix	\$7.99 mensual	Plan Básico que permite hacer streaming de películas y series de Netflix en un dispositivo a la vez en definición estándar (SD). Este plan también permite descargar títulos en un teléfono o tablet.
	\$13.99 mensual	Plan Estándar que permite hacer streaming de películas y series de Netflix en dos dispositivos al mismo tiempo y, cuando está disponible, en alta definición (HD). Este plan también permite descargar títulos en dos teléfonos o tablets.
	\$10.99 mensual	Plan Prémium que permite hacer streaming de películas y series de Netflix en cuatro dispositivos al mismo tiempo y, cuando está disponible, en alta definición (HD) y en definición ultra alta (Ultra HD). Este plan también permite descargar títulos en cuatro teléfonos o tablets.
HBO	\$13.99 mensuales	Streaming Ultra HD con estrenos en la misma fecha que los Estados Unidos hasta en 2 dispositivos.
	\$19.99 mensuales	Streaming Ultra HD con estrenos en la misma fecha que los Estados Unidos hasta en 4 dispositivos.
	\$32.99 mensuales	Streaming Ultra HD con estrenos en la misma fecha que los Estados Unidos hasta en 6 dispositivos, incluye plan de televisión digital.
Amazon	\$4 mensual	Plan Estándar que permite hacer streaming de películas y series hasta en 3 dispositivos a la vez en definición HD.
	\$6 mensual	Plan Premium que permite hacer streaming de películas y series en 4 a 6 dispositivos al mismo tiempo en HD y Ultra HD.
Disney	\$13 mensuales	Plan incluye canales Disney, ESPN y Hulu

Fuente: la Autora.

### Precios de Paquetes de Televisión en el mercado de operadoras de cable en Guayaquil

**Tabla 4. Paquetes de televisión por cable en Directv**

Compañía	Combo	Valor	Programación ofrecida
Directv	Platino Plus 4K	\$ 89.00	258 canales, DIRECTV GO, Tecnología 4K Ultra Alta Definición, -\$100 OFF en instalación
	Plata HD	\$ 49.00	243 canales, Graba, pausa y retrocede en vivo, Capacidad WiFi, Contenido OnDemand
	Oro HD	\$ 35.00	243 canales, Canales exclusivos, DIRECTV GO \$0 costo de instalación
	Plata HD	\$ 30.00	193 canales, DIRECTV GO, 2 equipos HD \$0 costo instalación, Hasta 50% de descuento
	Familiar SD	\$ 1 diario	62 canales SD + 36 de audio, Recarga, DIRECTV GO sin costo adicional

	Familiar HD	\$ 1.07 diario	62 canales SD, 42 HD + 36 de audio, Recarga, DIRECTV GO sin costo adicional
	Bronce HD	\$ 38.31	57 canales en Alta Definición, DIRECTV GO sin costo adicional

Fuente: Directv, (2020)

**Tabla 5. Paquetes de televisión por cable en Univisa.**

Compañía	Combo	Valor	Programación ofrecida
Univisa	Super pepa	\$ 25.05	75 canales, 10 canales de audio, 1 mes de Fox Premium
	Prepago	recarga \$5	64 canales y 10 canales de audio en 1 semana de programación

Fuente: Univisa, (2020).

**Tabla 6. Paquetes de televisión por cable en Movistar.**

Compañía	Combo	Valor	Programación ofrecida
Movistar	Movistar Play	\$ 23.00	36 canales, más de 5000 películas

Fuente: Movistar, (2020).

**Tabla 7. Paquetes de televisión por cable en Claro.**

Compañía	Combo	Valor	Programación ofrecida
Claro	Super HD	\$ 25.00	32 canales HD, 55 canales estándar, 10 canales de audio, televisión satelital
	Super Plus HD	\$ 25.76	41 canales HD, 94 canales estándar, 50 canales de audio, televisión por cable
	Máximo HD	\$ 40.00	56 canales HD, 65 canales estándar, 10 canales de audio, televisión satelital
	Golden Premier	\$ 3.86	2 canales
	Fox Premium	\$ 12.88	5 canales
	Hot pack	\$ 12.88	2 canales
	Adultos	\$ 14.17	2 canales
	HBO	\$ 15.46	5 canales
	HOGAR sin límites tv máximo plus HD	\$ 72.30	Televisión 244 Canales, 79 Canales HD, 98 internacionales SD. Internet con Claro vídeo, Velocidad descarga hasta 50 Mbps y carga hasta 10 Mbps. Telefonía Llamadas ilimitadas a todas las operadoras fijas y móviles del país

Fuente: Claro, (2020).

**Tabla 8. Paquetes de televisión por cable en Tv cable.**

Compañía	Combo	Valor	Programación ofrecida
Tv cable	Básico	\$ 26.40	174 canales
	Básico Plus Hd	\$ 29.62	142 canales y 34 canales HD
	Premium	\$ 35.42	159 canales

Premium Gold	\$	42.50	173 canales
Super Premium	\$	65.69	199 canales
Básico HD	\$	15.46	57 canales
HBO / MAX HD	\$	2.58	10 canales
Fox premium HD	\$	2.58	5 canales
Goden Premier	\$	3.86	2 canales
FSN	\$	12.88	1 canal
Triplepack ilimitado	\$	44.91	Tv: Plan Básico, Int: Internet Básico, Telf: Plan 6.20 Ilimitado Residencial
triplepack fusión	\$	46.07	Tv: Plan Premium, Int: Internet Básico, Telf: Plan 6.20 Ilimitado Residencial
Triplepack HD	\$	52.12	Tv: Plan Básico, Tv: Paquete Básico HD, Int: Internet Básico, Telf: Plan 6.20 Ilimitado Residencial

Fuente: Tv Cable, (2020).

Para comprometer la venta de cada cliente, las compañías del sector de cable del medio guayaquileño arman paquetes promocionales en los que daban un porcentaje de descuento siempre y cuando la forma de pago sea débito de cuenta corriente o de tarjeta de crédito. Tiempo después, crearon una legislación obligando que el tiempo mínimo de permanencia sea de 36 meses y en caso de romper el contrato, la operadora cobra el valor de los equipos de instalación y la penalidad convirtiéndose en un arma de doble filo. Esta situación demostró muchos inconvenientes. La gente se empezó a quejar, pero lamentablemente lo aceptaba porque les salía más caro deshacer el contrato y pagar toda la penalidad más la instalación, debían concluir así con el tiempo de permanencia del contrato para luego buscar mejor servicio y calidad en otras operadoras. Otra estrategia de las compañías de este tipo es promocionar más canales bajando los precios por 6 meses para poder captar más clientes.

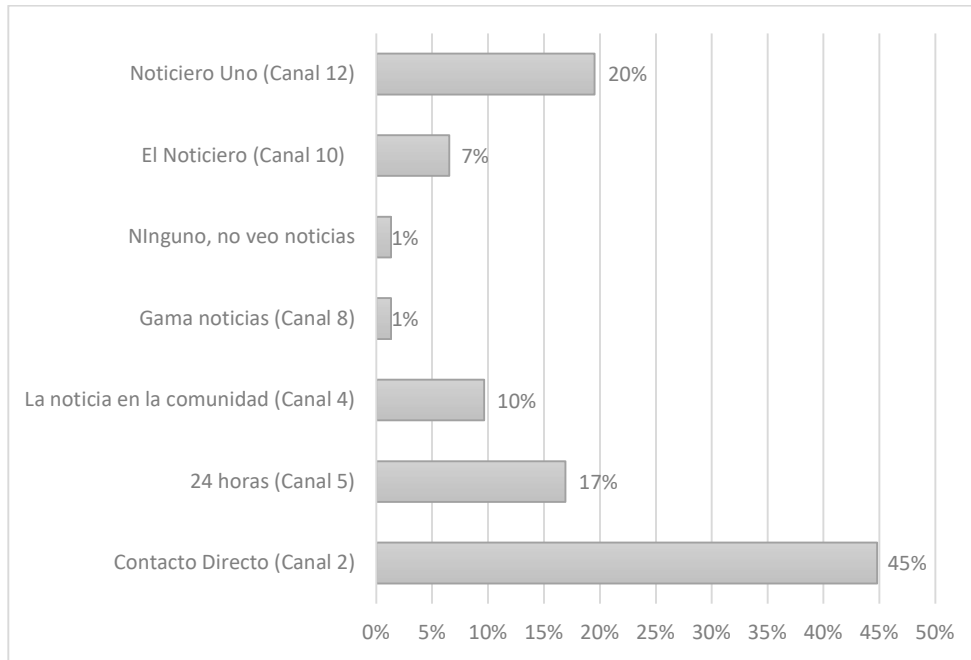
La grilla de canales es el conjunto de canales que el proveedor de servicios ofrecerá al cliente o suscriptor, teniendo en cuenta que debe estar debidamente autorizada por el ente regulador. Es elaborada con base en criterios de comercialización, rating, popularidad, calidad y más factores que el proveedor de servicios debe tener en cuenta para atraer comercialmente a los usuarios (Rodríguez, 2020).

Después de aplicar la encuesta para alcanzar el segundo objetivo específico los resultados fueron los siguientes:

**Pregunta 1. ¿Qué noticiero le proporciona contenido de mayor veracidad y credibilidad?**  
 Un 45% considera a Contacto directo; el 19% Noticiero uno; el 17% 24 horas; el 10% la noticia en la comunidad; el 7% el noticiero y el 1% escogió Gama noticias y la opción no ve noticias.

**Figura 1. Noticiero nacional de mayor veracidad y credibilidad**



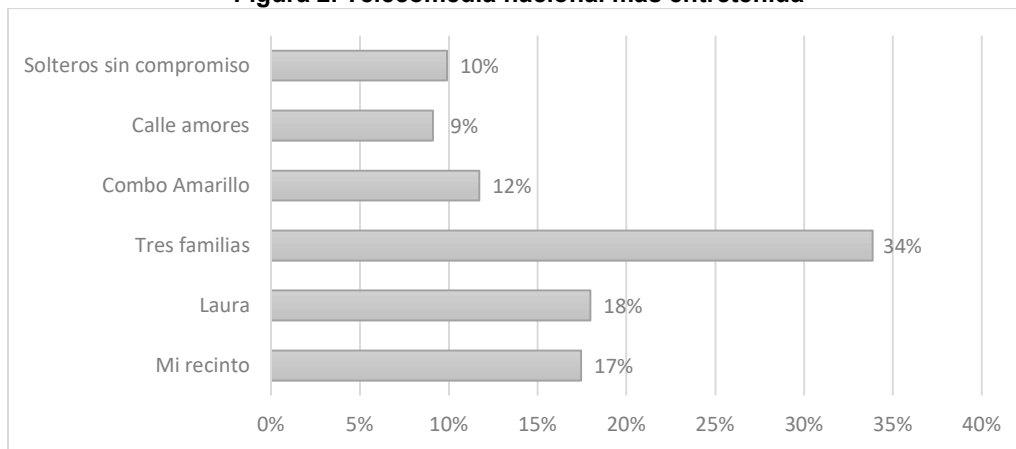


Fuente: La autora.

**Pregunta 2. ¿Qué telecomedia en los canales de televisión nacional considera más entretenida?**

Entre las telecomedias, el primer lugar corresponde a Tres familias; el segundo lugar es de Laura; el tercer lugar es de Mi recinto; el cuarto lugar es del Combo amarillo; el quinto lugar es de Solteros sin compromiso y el último lugar es de Calle amores.

**Figura 2. Telecomedia nacional más entretenida**

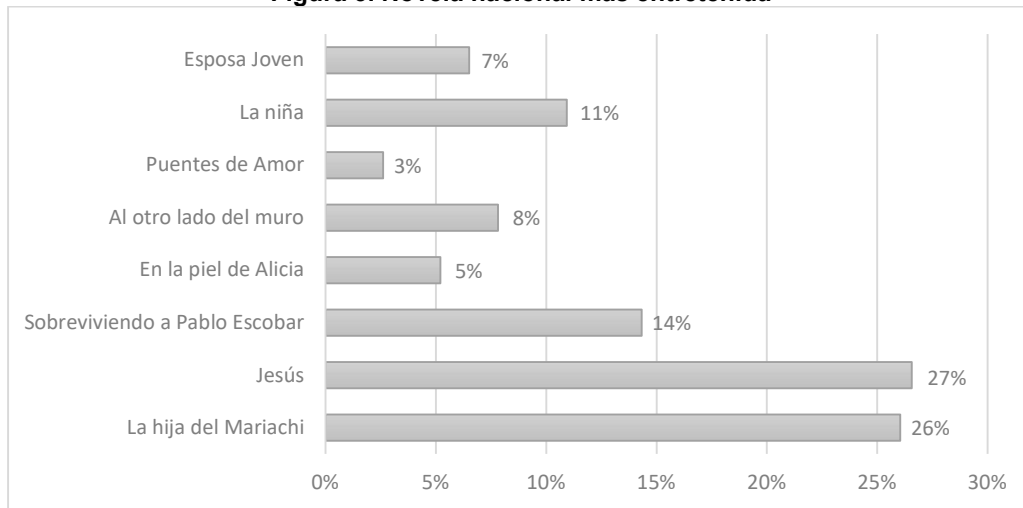


Fuente: La autora.

**Pregunta 3. ¿Qué novela en los canales de televisión nacional es más entretenida?**

En relación con la novela de programación nacional más entretenida, Jesús tiene el 27%, seguida de la hija del mariachi con 26%; Sobreviviendo a Pablo escobar 14%; la niña 11%; al otro lado del muro 8%; la esposa joven 6% y puentes de amor 3%.

**Figura 3. Novela nacional más entretenida**

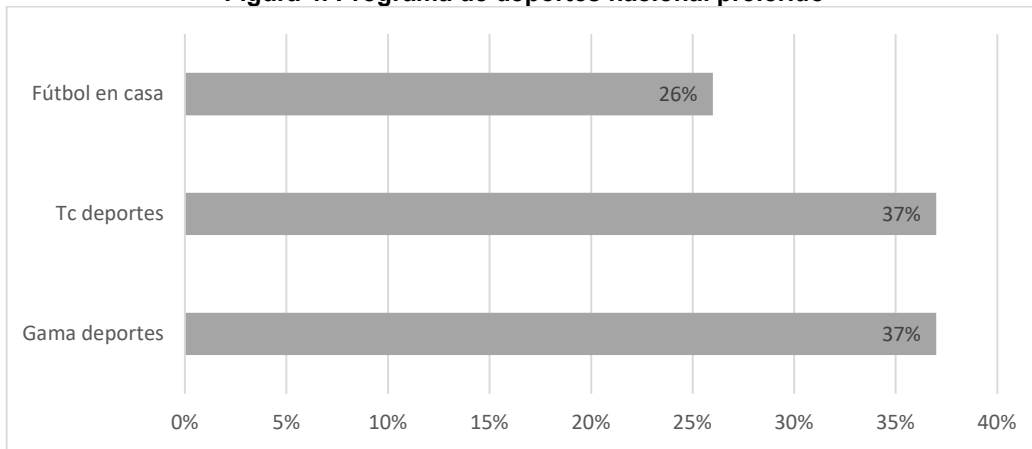


Fuente: La autora

**Pregunta 4. ¿qué programa de deportes es más entretenido?**

En el criterio de programas deportivos, existe un empate del 37% entre Gama deportes y Tc deportes; el mercado restante 26% es de Fútbol en casa.

**Figura 4. Programa de deportes nacional preferido**

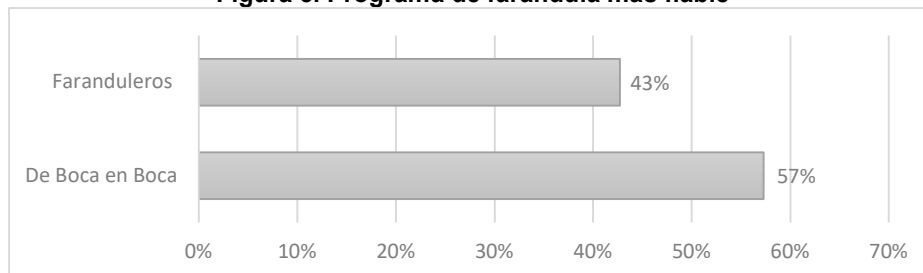


Fuente: La autora.

**Pregunta 5. ¿qué programa de farándula es más fiable?**

Los resultados señalan que la audiencia confía más en De boca en boca con 57% en relación con faranduleros 43%.

**Figura 5. Programa de farándula más fiable**

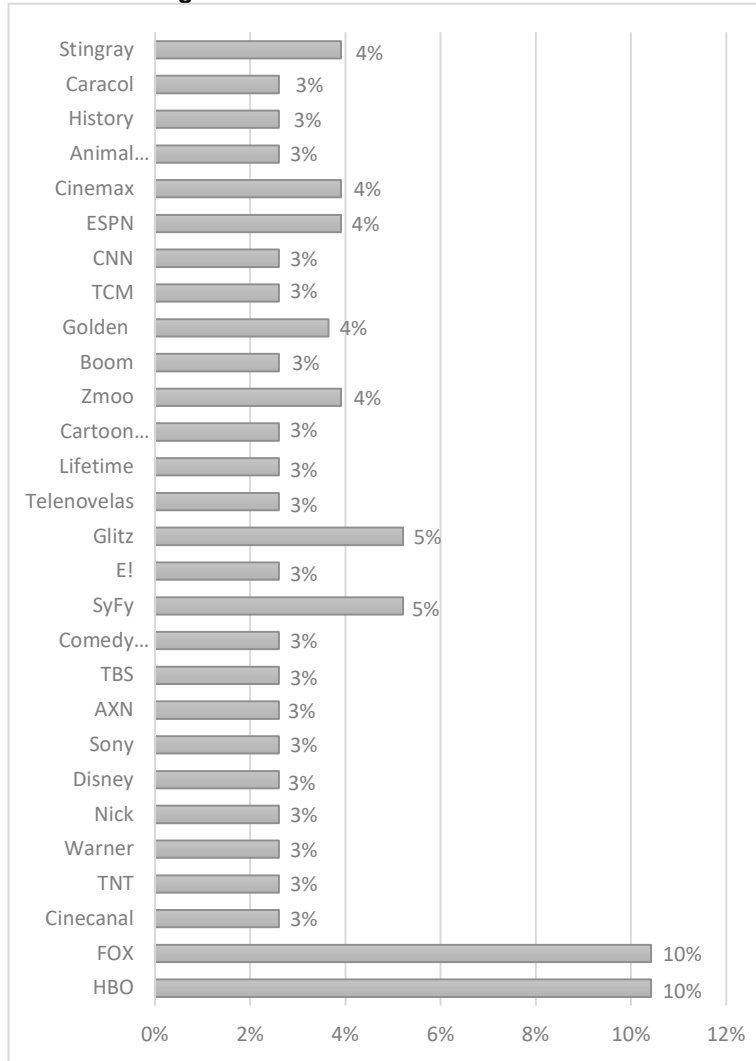


Fuente: La autora.

**Pregunta 6. ¿Qué canales tienes contratados?**

Básicamente, todos los usuarios tienen los mismos canales contratados; la diferencia depende en canales especializados como HBO, Fox, Syfy, Glitz, Zmoo, Espn, Cinemax y Stingray que vienen en paquetes exclusivos.

**Figura 6. Canales contratados de cable**

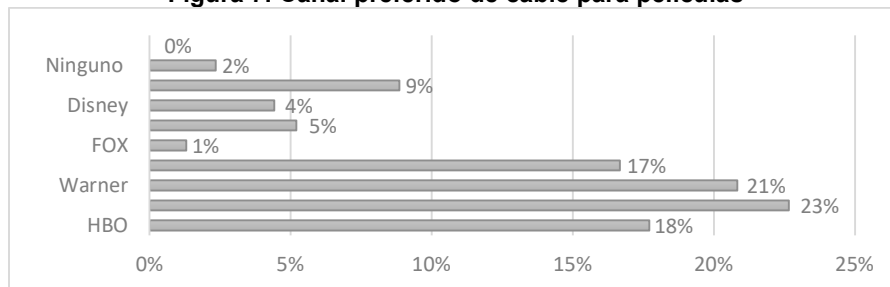


Fuente: La autora.

**Pregunta 7. ¿Cuál es el canal de tu preferencia para películas?**

Los resultados indican que los canales más vistos son Cinecanal, Warner, Hbo, Syfy, Cinemax, Tnt, Disney y Fox.

**Figura 7. Canal preferido de cable para películas**

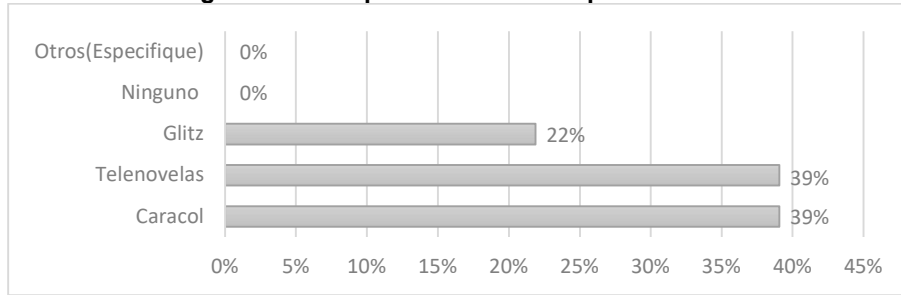


Fuente: La autora.

**Pregunta 8. ¿Cuál es el canal de tu preferencia para novelas?**

En el aspecto de canal de telenovelas por cable, tanto Telenovelas y Caracol poseen el 39% de aceptación y Glitz el 22%.

**Figura 8. Canal preferido de cable para novelas**

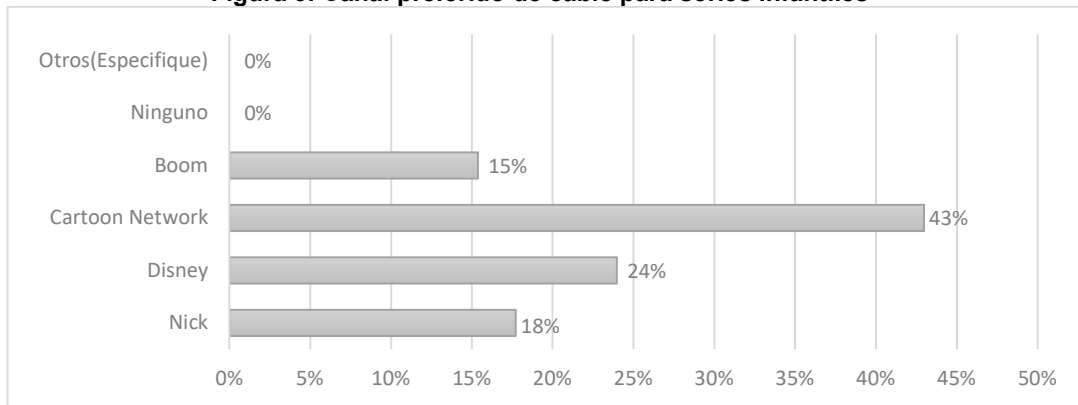


Fuente: La autora.

**Pregunta 9. ¿Cuál es el canal de tu preferencia para series infantiles?**

Los resultados indican que el 43% encuestado gusta de Cartoon Network; un 24% de Disney; un 18% de Nick y un 15% de Boom.

**Figura 9. Canal preferido de cable para series infantiles**

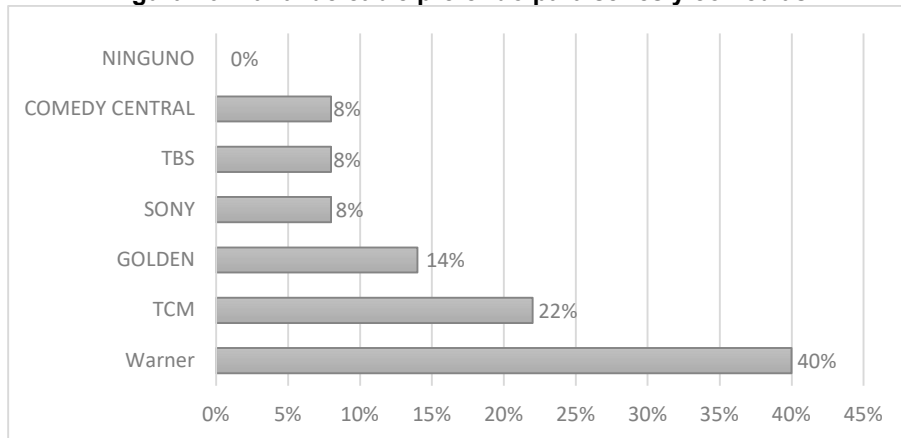


Fuente: La autora.

**Pregunta 10. ¿Cuál es el canal de tu preferencia para series y comedias?**

En el factor series y comedias, los usuarios eligieron Warner 40%; TCM 22%; Golden 14%; y en 8% similar a Sony, TBS y Comedy Central.

**Figura 10. Canal de cable preferido para series y comedias**

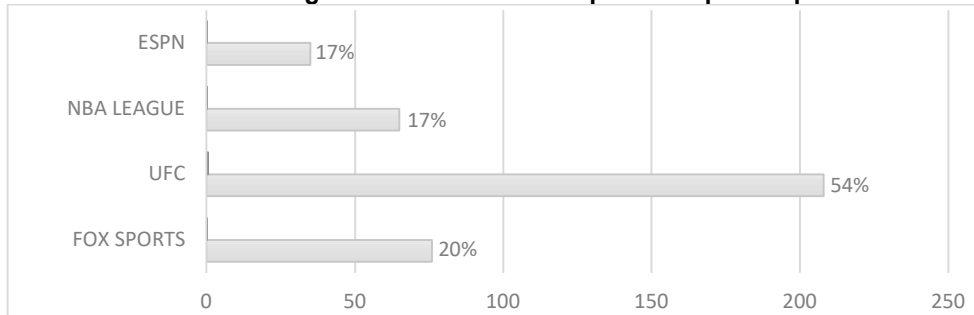


Fuente: La autora.

**Pregunta 11. ¿Cuál es el canal de tu preferencia para deportes?**

En el caso de canales deportivos, UFC se lleva el 54%; Fox Sports el 20%; NBA League el 17% y ESpn el 17%.

**Figura 11. Canal de cable preferido para deportes**

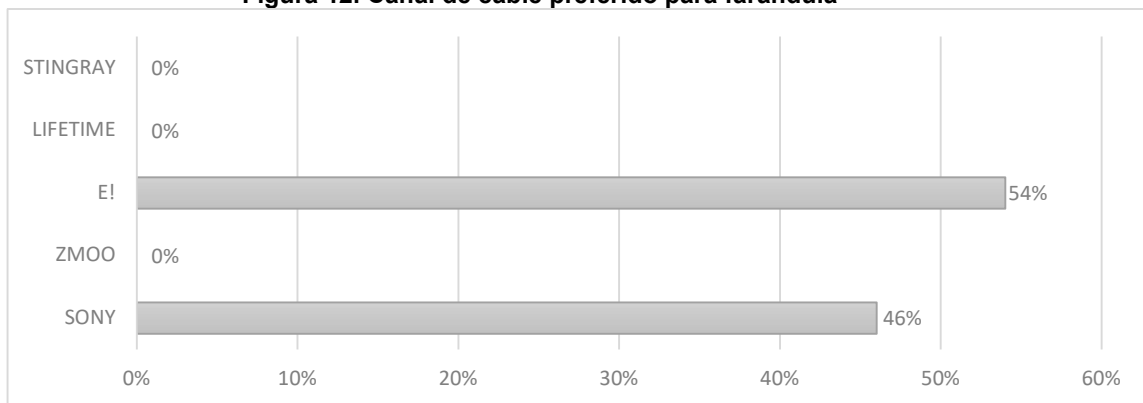


Fuente: La autora.

**Pregunta 12. ¿Cuál es el canal de su preferencia para farándula?**

En el caso del canal por cable de farándula, la población ha seleccionado a E! entertainment con 54% y Sony con 46%.

**Figura 12. Canal de cable preferido para farándula**

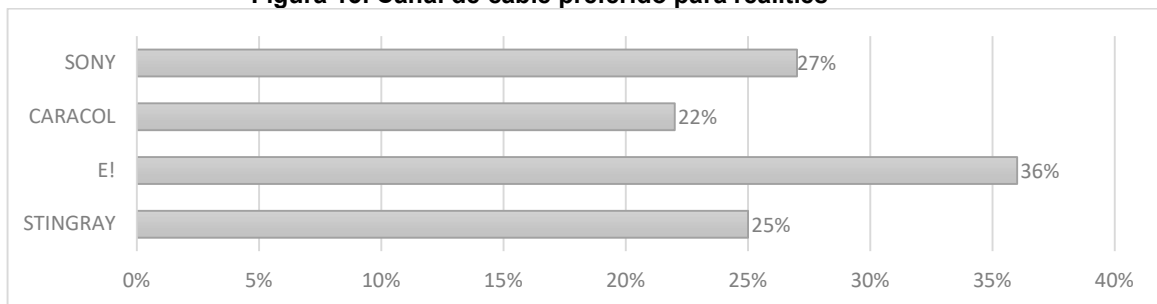


Fuente: La autora

**Pregunta 13. ¿Cuál es el canal de tu preferencia para realities?**

El canal de cable preferido de realities es E-entertainment con 36%, le sigue Sony con 27%; Caracol 22% y Stingray 15%.

**Figura 13. Canal de cable preferido para realities**



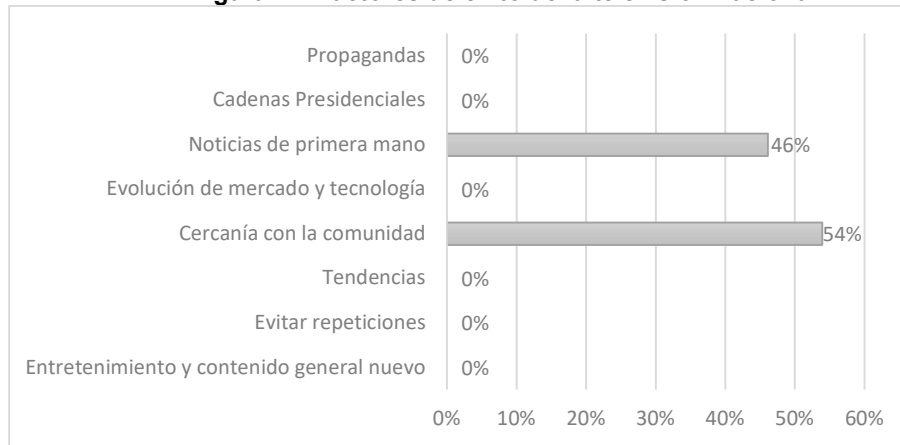
Fuente: La autora.

**Después de aplicar la encuesta para alcanzar el tercer objetivo específico los resultados fueron los siguientes:**

**Pregunta 14. ¿Cuáles son los factores de éxito de la televisión nacional?**

Los encuestados consideran que el éxito de la televisión nacional solamente se refleja en dos factores, cercanía con la comunidad 54% y noticias de primera mano 46%.

**Figura 14. Factores de éxito de la televisión nacional**

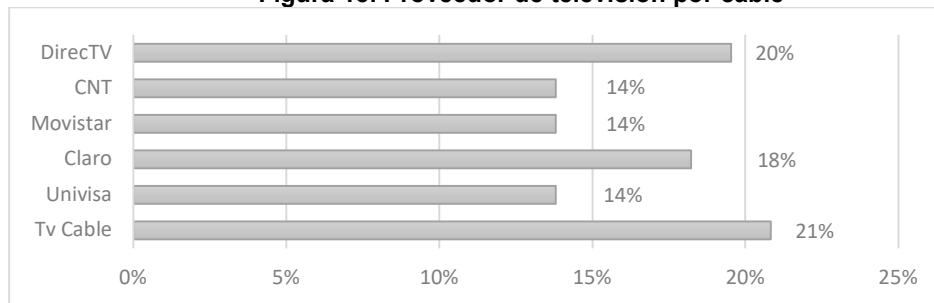


Fuente: La autora.

**Pregunta 15. ¿Qué compañía te provee televisión por cable?**

De acuerdo con la encuesta, el orden de participación de mercado de mayor a menor empieza con Grupo Tv cable, DirecTV, Claro y en partes iguales Cnt, Univisa y Movistar.

**Figura 15. Proveedor de televisión por cable**

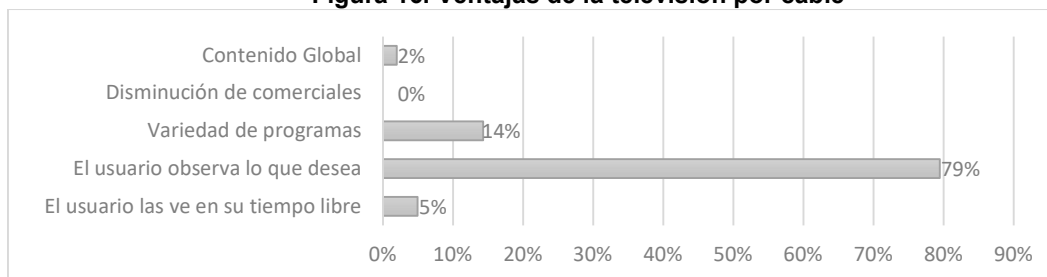


Fuente: La autora.

**Pregunta 16. ¿Qué ventajas presenta la televisión por cable?**

Las mayores ventajas de la televisión por cable es que el usuario observa lo que desee 80%; la variedad de programas 14%; el usuario las ve en su tiempo libre 5% y el contenido global 1%.

**Figura 16. Ventajas de la televisión por cable**

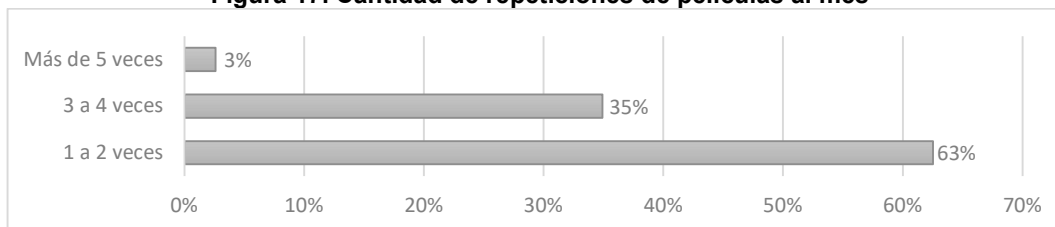


Fuente: La autora.

**Pregunta 17. ¿Hasta cuantas veces sugiere que se repita una película al mes?**

Los datos indican que el 62% de los encuestados sugieren que las películas deben repetirse entre 1 a 2 veces, el 35% sugiere entre 3 a 4 veces, y el 3% restante sugiere que las repeticiones deben ser más de 5 veces.

**Figura 17. Cantidad de repeticiones de películas al mes**

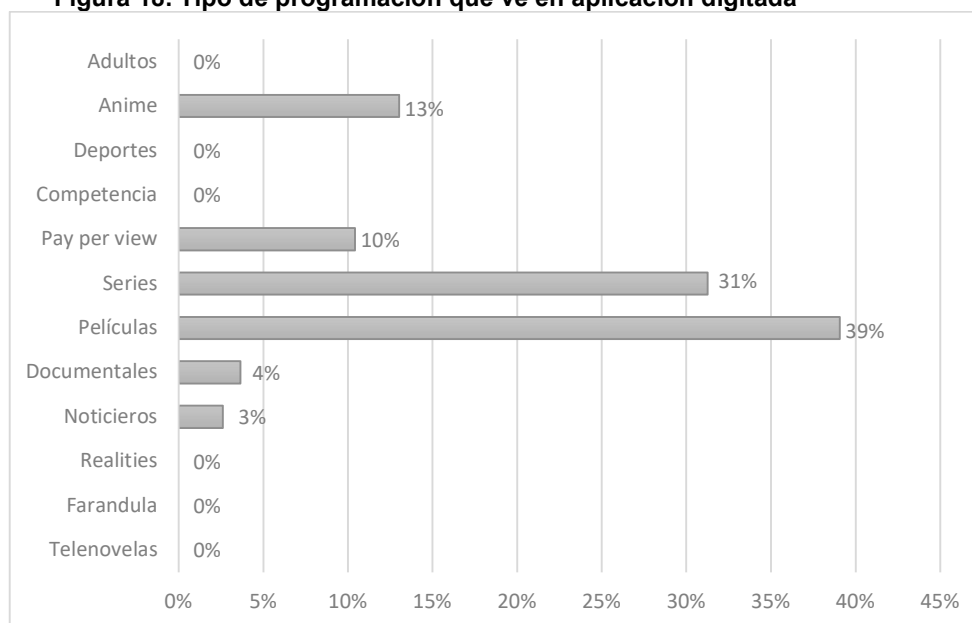


Fuente: La autora.

**Pregunta 18. Elija cuatro opciones ¿Cuál es el tipo de programación que ve en la aplicación digital?**

De acuerdo con los resultados, los tipos de programación de mayor vista en aplicaciones digitales son: películas 39%, series 31%, pay per view 10%, documentales 4% y noticieros 3%.

**Figura 18. Tipo de programación que ve en aplicación digitada**

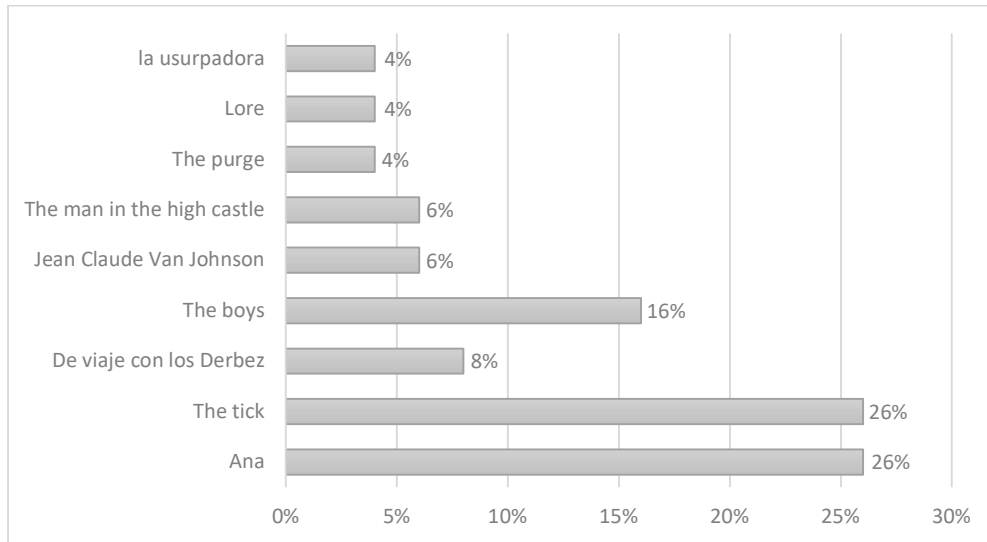


Fuente: La autora.

**Pregunta 19. En la aplicación Amazon Prime video Ecuador, ¿cuál de los siguientes programas es el de mayor preferencia?**

Los programas de mayor sintonía en Amazon Prime Video son: Ana y the tick 26%; De viaje con los Derbez 8%; the boys 16%, Jean Claude Van Johnson y the man in the high castle 6%; finalmente, the purge, Lore y la usurpadora 4%.

**Figura 19. Programa de mayor preferencia en Amazon Prime Video**

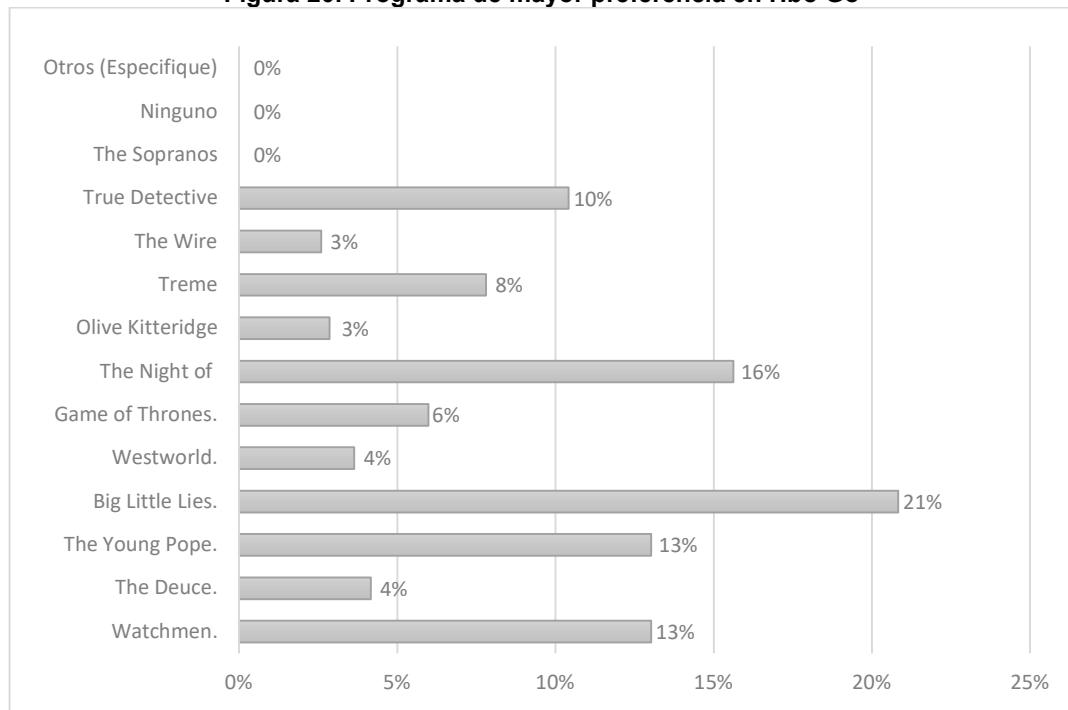


Fuente: La autora.

**Pregunta 20. En la aplicación HBO Go Ecuador, ¿cuál de los siguientes programas es el de mayor preferencia?**

La programación más escogida en HBO Go son: Big Little lies 21%; the night of 16%; Watchmen y the Young pope 13%; True detective 10%; treme 8%, games of throne 6%; Westworld y Deuce 4%; Olive Kitteridge 3%; finalmente, the wire 2%.

**Figura 20. Programa de mayor preferencia en Hbo Go**



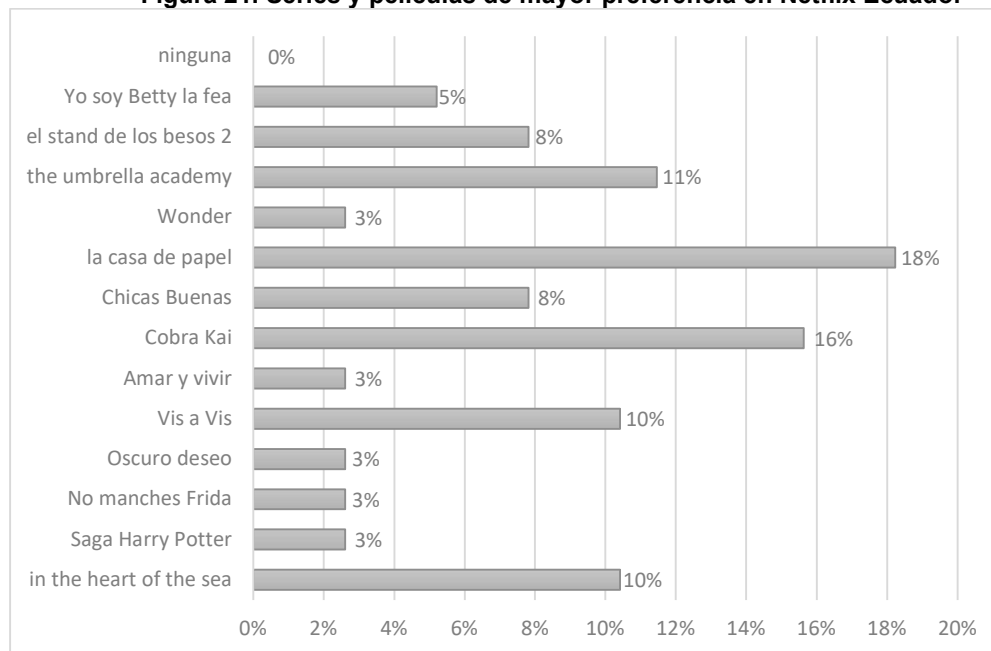
Fuente: La autora.

**Pregunta 21. En la aplicación Netflix Ecuador, ¿Cuál de las siguientes series y películas es de su mayor preferencia?**

La programación más vista en el momento de la tabulación fue: la casa de papel, Cobra kai, The Umbrella academy, el stand de los besos 2, chicas buenas, yo soy Betty la fea, Wonder, amar y vivir, Saga Potter, no manches Frida y Oscuro deseo.



**Figura 21. Series y películas de mayor preferencia en Netflix Ecuador**

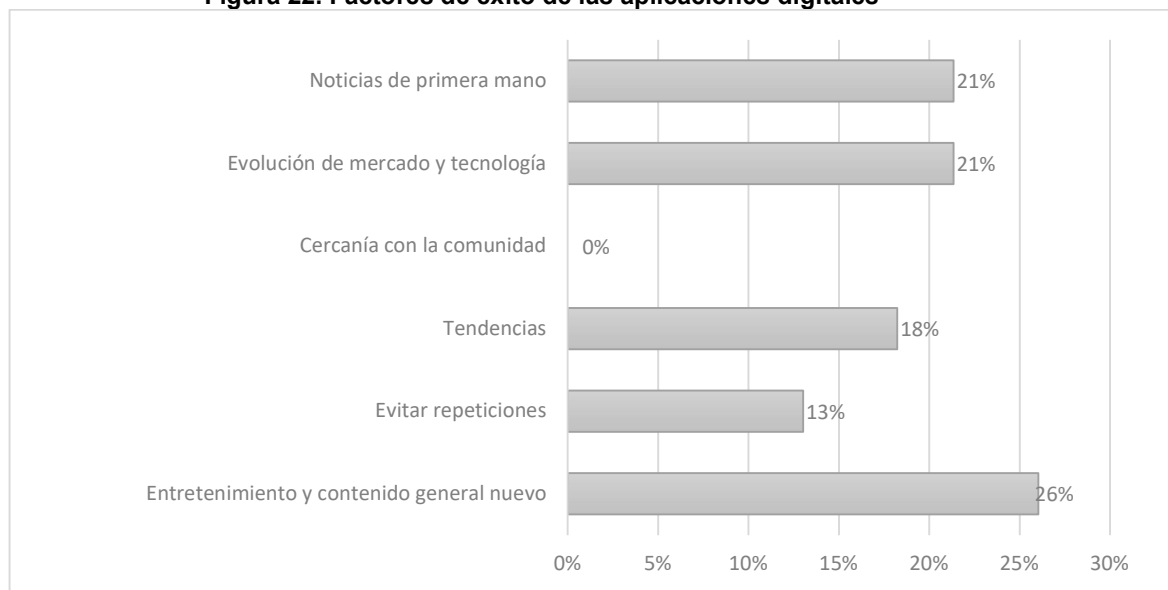


Fuente: La autora.

**Pregunta 22. ¿Cuáles son los factores de éxito de las aplicaciones digitales?**

Entre los principales factores de éxito en las aplicaciones digitales, se destaca entretenimiento y contenido general nuevo 26%; evolución de mercado y tecnología 22%; noticias de primera mano 21%; tendencias 18% y evitar repeticiones 13%.

**Figura 22. Factores de éxito de las aplicaciones digitales**

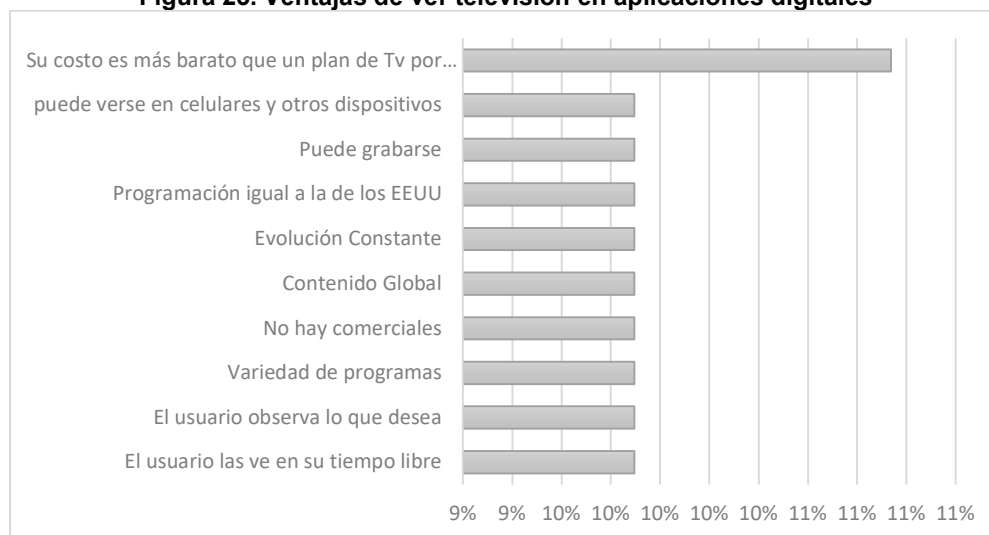


Fuente: La autora.

**Pregunta 23. ¿Qué ventajas presenta la televisión por aplicaciones digitales?**

En lo referente a las ventajas de las aplicaciones digitales, la más relevante es que es más barata que planes de televisión por cable; las demás ventajas coinciden en porcentaje de criterio.

**Figura 23. Ventajas de ver televisión en aplicaciones digitales**



Fuente: La autora.

Con base en los resultados de la encuesta, se expresan los factores que inciden para que los usuarios guayaquileños escojan entre televisión por cable y aplicaciones digitales.

1. **Publicidad repetitiva:** al inicio la televisión por cable en el Ecuador aparece en la década de los 80s y era exclusivamente para la gente con poder económico influyente. En la década de los 90s, aún poca gente poseía este servicio. Ya en la década de los 2000, con la aparición del internet, este servicio empieza a decaer debido a que al igual que en la televisión nacional, empiezan a aparecer cortes publicitarios, los mismos que quitan el deseo de gozar una programación exclusiva.
2. **Grabación de contenidos:** la tecnología permite por medio de los decodificadores y discos duros externos la posibilidad de grabar el programa de la elección del usuario; más aún, en el caso de las aplicaciones digitales, la programación queda almacenada en equipos móviles y/o computadoras. También, la misma tecnología ha creado dispositivos como Tv box, Chromecast; los cuales permiten grabar y reproducir todo tipo de canales en cualquier tipo de televisor.
3. **Variedad de programación:** un factor que distingue a las aplicaciones digitales es que, a diferencia de los planes, la cantidad de programas, series, películas, documentales, novelas y más relacionados es mucho más amplia con relación a los canales que brinda un plan específico. Obviamente, si se compara con la televisión nacional, la televisión por cable dependiendo del plan que se escoja tiene un contenido superior, para las aplicaciones digitales, cada una de ellas tiene contenido que se refleja como ventaja competitiva ante sus usuarios.
4. **Evolución y actualización de programación:** la televisión nacional tiene que pagar a canales extranjeros para mostrar los programas de moda, estos derechos son caros, razón por la cual es complicado que se enseñen los programas y películas de moda en canales nacionales. Es así, como resulta común, que los fines de semana siempre se vean las sagas de Rocky, Rambo, Volver al futuro, Batman, Superman y Spider-man, entre otras. En el caso de la programación infantil, se repite la escuela de Chespirito, para novelas las de Thalía, como Marimar y María la del barrio. Rara vez, los canales nacionales invierten en programación actual, y cuando lo hacen únicamente contratan la primera temporada de una serie específica, este sin sabor, hace que la gente prefiera entre televisión por cable y/o aplicaciones digitales. En la actualización de contenidos, la televisión por cable ecuatoriana se encuentra limitada por el contenido chileno y/o colombiano, ya que la señal primero llega a esos países, y de ahí, el comité de

programación de cable plantea la programación para el resto de los países sudamericanos.

5. **Tiempo del usuario:** las aplicaciones digitales permiten a sus consumidores disfrutar en el momento y lugar adecuado el contenido de su preferencia. Al mismo tiempo, como se señaló anteriormente, el hecho de poder grabar en dispositivos y gozar de una buena señal de internet, permite la alegría y tranquilidad a los consumidores de gozar de sus programas en cualquier hora del día.
6. **Costo:** en el caso de la televisión por cable, las operadoras obligan a sus clientes a adquirir un plan que combina Internet, telefonía y televisión. En algunos casos, es conveniente, pero lo malo de esto, es que, de acuerdo con la legislación ecuatoriana, dicho contrato tiene una vigencia de 3 años, y si la persona desea retirarse o cambiarse de operadora antes; tiene que pagar como multa el costo de instalación más las mensualidades al precio original descontando los meses en que se recibió descuento. Para las aplicaciones digitales, no existe plan. La persona simplemente paga el mes que consumió, y es libre de escoger si continua o desiste de utilizar el servicio. Además, en ambas posturas, incluso existe la modalidad de recargas, esta situación favorece mucho más, porque evita la atadura a planes contratados.

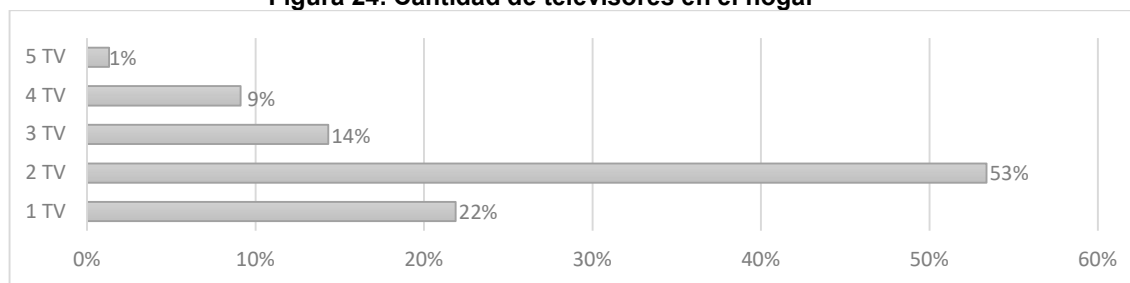
#### **Estadística Descriptiva de la muestra:**

Las preguntas de la 24 a la 31 no tienen relevancia en el alcance de los objetivos específicos, pero ayudan a complementar la muestra ya que nos da una visión general de ciertos aspectos de los integrantes de la muestra.

#### **Pregunta 24 ¿cuántos televisores tiene en su hogar?**

Con respecto a la cantidad de televisores, el 54% posee 2 televisores, el 22% tiene 1 televisor, el 14% maneja 3 televisores, el 9% tiene 4 televisores, y el 1% restante posee 1 televisor.

**Figura 24. Cantidad de televisores en el hogar**

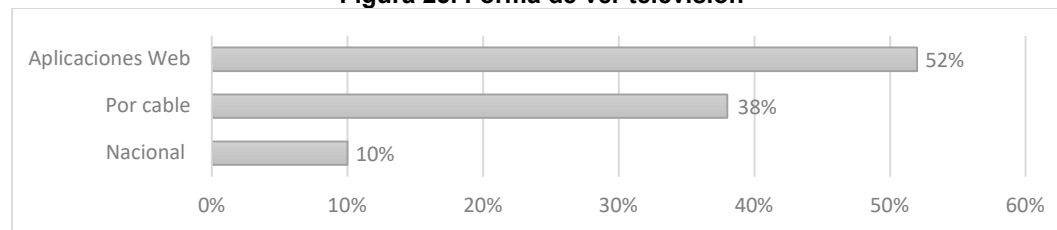


Fuente: La autora.

#### **Pregunta 25. ¿en qué medio ve contenido de televisión?**

Los datos muestran que el 52% de los encuestados ven televisión en aplicaciones web, el 38% en televisión por cable, y el 10% restante ve televisión nacional.

**Figura 25. Forma de ver televisión**

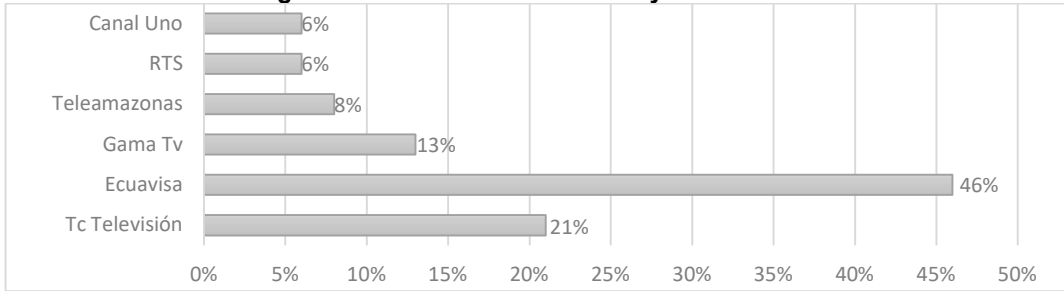


Fuente: La autora.

#### **Pregunta 26. ¿Qué canales de televisión nacional ve con mayor frecuencia?**

Se visualizó que el 46% de los encuestados les gusta Ecuavisa, el 21% Tc televisión, el 13% Gama tv, el 8% Teleamazonas y el 6% restante ve RTS y Canal Uno.

**Figura 26. Canales vistos con mayor frecuencia**

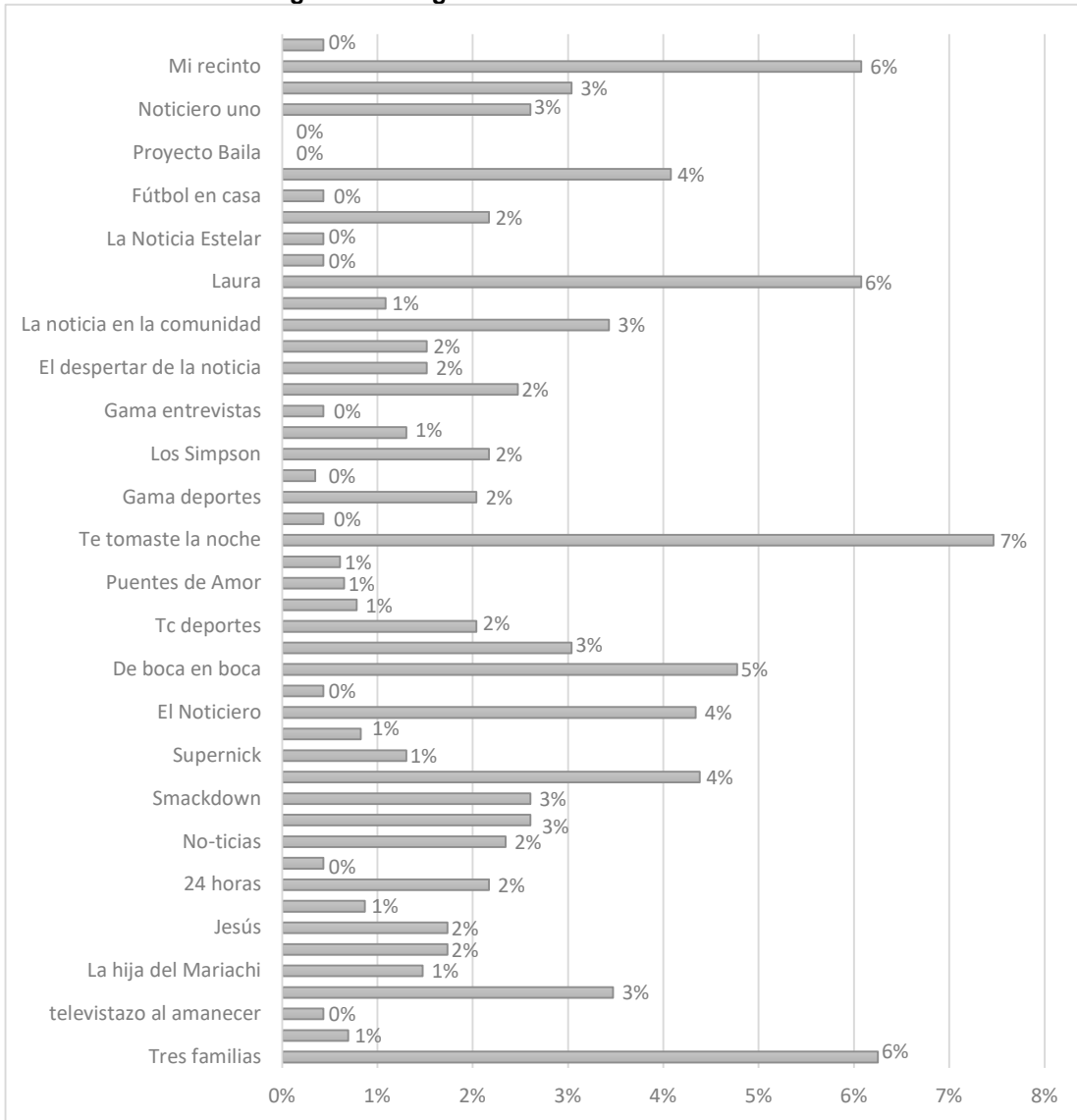


Fuente: La autora.

**Pregunta 27. ¿cuál es el programa de televisión nacional que más le gusta?**

Esta pregunta busca conocer los programas de mayor audiencia en cada canal nacional. En las siguientes preguntas se desglosa por noticiero, series y comedias, infantiles, farándula, novelas y deportes.

**Figura 27. Programa nacional de su elección**

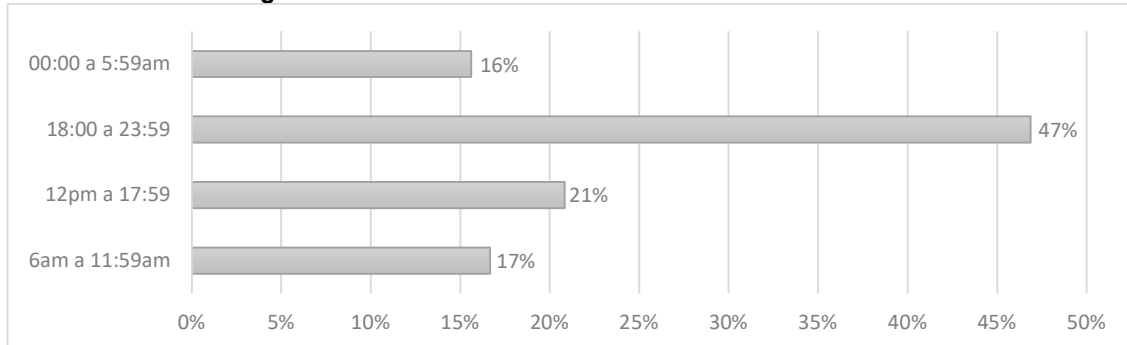


Fuente: La autora.

**Pregunta 28. ¿En qué hora mira más la televisión nacional?**

La franja televisiva más vista de televisión nacional es 47% de 18h00 a 23h59, seguida de 21% de 12h00 a 17h59, la tercera posición es del horario matutino y la última de la franja de las madrugadas.

**Figura 28. Horario más visto de televisión nacional**

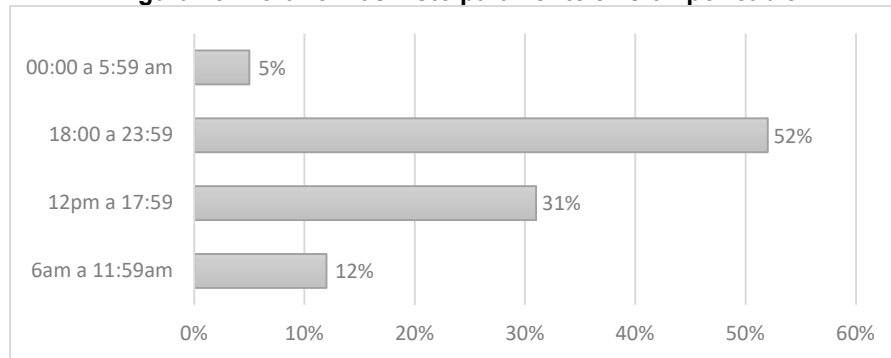


Fuente: La autora.

**Pregunta 29. ¿en qué hora mira más la televisión por cable?**

La franja televisiva más vista de televisión por cable es 52% de 18h00 a 23h59, seguida de 31% de 12h00 a 17h59, la tercera posición es del horario matutino y la última de la franja de las madrugadas.

**Figura 29. Horario más visto para ver televisión por cable**

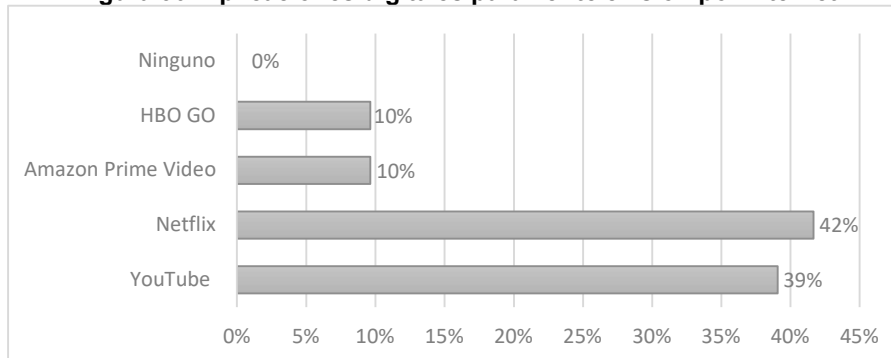


Fuente: La autora.

**Pregunta 30. ¿Qué aplicaciones digitales usas para ver televisión por internet?**

Tomando en cuenta el aspecto de contratación de aplicaciones digitales, la más usada es Netflix con 42%, YouTube 39%, Hbo Go 9% y Amazon Prime 10%.

**Figura 30. Aplicaciones digitales para ver televisión por internet**

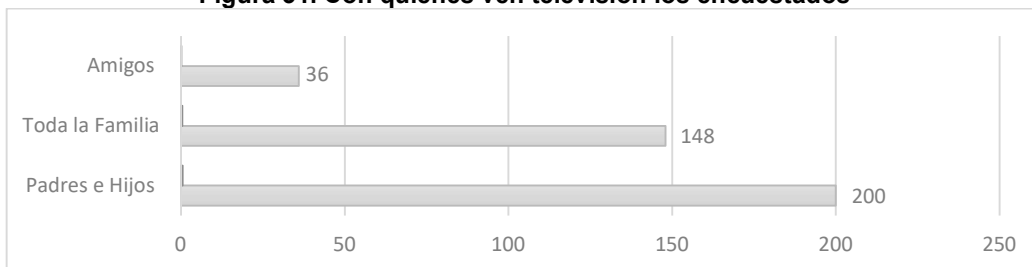


Fuente: La autora.

### Pregunta 31. ¿Cuántas personas usan la aplicación contratada?

En relación con el número de usuarios que utilizan la aplicación digital contratada, 200 de los encuestados piensa que el uso es de padres e hijos, 148 considera que toda la familia lo usa, y 36 restante da su opinión por los amigos.

Figura 31. Con quiénes ven televisión los encuestados



Fuente: La autora.

## 4. Discusión y Conclusiones

- Las compañías que ofrecen servicios de televisión por cable son DIRECTV, Grupo Tv Cable, Claro, Movistar, CNT y Univisa, siendo DIRECTV la más cara en el mercado. Cada una de ellas ofrece su propio combo o pack, es decir; unen telefonía fija o móvil, junto a internet y la programación tanto nacional y extranjera que el cliente desee. En el caso de las aplicaciones digitales existen algunas, las de mayor preferencia son Netflix, Amazon Prime Video y Hbo Go, siendo esta última la de mayor costo.
- La programación de mayor rating y aceptación en la programación nacional, en el caso de los noticieros es Noticiero Uno (canal 12); en telecomedias es Tres familias (Ecuavisa); para novelas es Jesús (Ecuavisa); en deportes los usuarios prefieren Gama deportes y Tc deportes; en farándula es De boca en boca (Tc). Para el caso de la televisión por cable, los canales de mayor acogida son Cinecanal, Warner, Hbo, Syfy, Cinemax, Tnt, Disney y Fox; Telenovelas y Caracol son los más visualizados para novelas; Cartoon Network para programación infantil; Warner Channel para series y comedias; UFC para deportes; E-entertainment para farándula y realities. En cuanto a las aplicaciones digitales, para Amazon Prime Video el programa más visto son Ana y The tick; en HBO go es Big Little lies. Finalmente, para Netflix es la casa de papel.
- Existen factores negativos que impulsan a los usuarios a migrar de la televisión nacional al servicio de cable y/o aplicaciones digitales. La programación nacional no tiene variedad y los programas no se actualizan, la publicidad es repetitiva, estos hechos muestran a diario el sistema de falencias, en donde se presenta poco contenido nuevo y original. Antes de la pandemia, existía una serie de realities y novelas que expresaban una pérdida de valores familiares, además el tiempo promedio que se ven las pautas publicitarias y cadenas del gobierno desmotivan a los televidentes. Por otro lado, la ley de comunicación social ha limitado bastante a la programación nacional; incluso en el caso de los noticieros, su credibilidad no es certera, y resulta más sencillo enterarse por medio de las redes sociales de los hechos de actualidad. La legislación ecuatoriana manejada por la Agencia de regulación y control de las telecomunicaciones – Arcotel faculta a las operadoras de televisión por cable a mantener una vigencia obligatoria de 3 años con sus consumidores, todo esto se encuentra descrito en la Resolución Arcotel 2015-0045.
- Entre los factores positivos de las aplicaciones digitales de televisión en Guayaquil, en primer lugar, el televidente organiza su propio tiempo, lo que implica que cada individuo establece el horario y su sitio de confort para gozar de los programas de su preferencia.

La tecnología permite grabar en decodificadores e incluso descargar los programas en formato mp4 con una resolución aceptable. Por otro lado, las aplicaciones digitales no están sujetas a un plan y trabajan bajo la modalidad de recarga, lo que significa que se paga el mes y el usuario decide si continua o no. Otro punto importante, es que con las aplicaciones digitales se obtiene programación al día y se evitan las interrupciones provenientes de propagandas.

- Netflix es la pionera en el mercado, su contenido está compuesta en thrillers internacionales, programas latinoamericanos, programas exclusivos de EEUU, románticos, dramas, infantiles, terror, ciencia ficción y anime; solo que el catálogo ecuatoriano no es tan amplio en relación al americano; HBO GO se caracteriza por tener la programación idéntica a los EEUU, razón por la cual cobra más caro y Amazon Prime Video es la plataforma más barata, su catálogo tiene programación de los 80 y 90, que despierta el sentimiento de nostalgia.

## Bibliografía

- Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones. (2015). *Boletín Estadístico del Sector de Telecomunicaciones*. Quito: Arcotel.
- Angulo, S. (2020). *Ecuatorianos dejan de contratar tv pagada*. Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/ecuatorianos-dejan-contratar-tv-pagada-5754.html>
- Arrieta, E. (2016). *HD, Full HD, Ultra HD, 4K, 8K y otras resoluciones de pantalla*. Obtenido de <https://www.diferenciador.com/hd-full-hd-ultra-hd-4k-8k-y-otras-resoluciones-de-pantalla/>
- Avila, G. (2018). *Impacto judicial por la ausencia de norma expresa, relativa a la no comparecencia del accionante a la audiencia única en materia de alimentos*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2497/1/T-ULVR-2296.pdf>
- Balón, L., & Villamar, J. (2019). *Diversidad de género en los medios de comunicación*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2849>
- Berrones, F. (2015). *Análisis de los efectos generados por la programación del canal 7 tv cable en el cantón General Antonio Elizalde Bucay*.
- Castro, G. (2018). *Análisis del mercado de la televisión pagada en la ciudad de Puyo*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/6208>
- Claro. (2020). *Términos y condiciones*. Obtenido de <https://tienda.claro.com.ec/terms>
- Conceptodefinicion.de. (2019). *Definición de Megas*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/mb/>
- Corporación Nacional de Telecomunicaciones. (2017). *Definiciones básicas*.
- Díaz, L. (2020). *Soprote Técnico*. Obtenido de <https://www.occ.com.mx/perfiles-laborales/83-soprote-tecnico-tecnologias-de-la-informacion-sistemas>
- Digital Research tv. (2015). *Connected TV set boom*. Obtenido de <https://www.digitaltvresearch.com/about-us>
- Dolan, R. (2014). *Marco para el desarrollo de estrategias de mercadeo*. Harvard Business Publishing.
- Ferrer, R. (2016). Calidad televisiva y mala televisión. *Comunicaciones Autónomas Barcelona*, 45-63.
- Galerna Estudio. (2018). *Vídeo digital: Estándares SD y H*. Obtenido de <https://galernaestudio.com/estandares-video-sd-hd/>
- Ibujés, J., & Franco, A. (28 de Marzo de 2019). Uso de las TIC y relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Ecuador. *Retos*, 9(17), 37-53. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.03>
- McMahon, V. (2015). *Redes para Dummies*. México: Mcgraw Hill.
- Nagle, T., Hogan, J., & Zali, J. (2011). *The strategy and tactics of pricing*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Netflix Ecuador. (2016). *Netflix*. Obtenido de <https://help.netflix.com/es-es/node/412>
- Nicholson, W. (2008). *Teoría Microeconómica. Principios básicos y ampliaciones*. Mexico: Cengage Learning.
- Núñez, Ruíz, & Ravina. (2018). La creatividad en el sector turístico americano y europeo: Caso Croacia. *Revista Retos*. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.06>
- Paladines, H. (2015). *El reto de la televisión tradicional frente al contenido bajo demanda*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6012/1/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-216.pdf>
- Pazmiño, F., & Galarza, G. (2016). *Análisis de los hechos mediáticos y la aplicación de los códigos deontológicos en los medios televisivos ecuavisa y canal uno*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/915>
- Peiró, R. (2017). *Streaming*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/streaming.html>
- Ramos, G. (2010). *La influencia de la Televisión en las familias de la ciudad de Puyo*. Puyo: Antílope.
- Rodríguez, W. (2020). Obtenido de Diseño de una cabecera digital para la transmisión de tv-cable por medio de una red de fibra óptica existente, permitiendo que la señal de internet y tv-cable coexistan en la misma red. Rodríguez.
- Samsung. (2018). *¿Cuál es el significado de las siglas NTSC?* Obtenido de <https://www.samsung.com/latin/support/tv-audio-video/what-is-the-meaning-of-the-acronym-ntsc/>
- Sánchez, J. (2020). Definición de Consumidor. *Economipedia*.



- Sony Latino. (2019). *¿Qué son los estándares de formato de vídeo NTSC, PAL y SECAM?* Obtenido de <https://www.sony-latin.com/es/electronics/support/car-marine-entertainment-in-car-video/articles/00006681>
- Sumba, N., Cueva, J., & López, R. (6 de Julio de 2018). Perspectivas futuras del marketing. Análisis y posibilidades para el mercado guayaquileño. *Retos*, 3(7), 71-83. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v3.n7.2018.582>
- Trujillo, P. (2016). *Análisis y diseño de un sistema de IPTV para el Hospital Eugenio Espejo en la ciudad de Quito*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/12405>
- Tuenti. (2018). *Lo más preguntado*. Obtenido de <https://www.tuenti.ec/preguntas-frecuentes>
- Univisa. (2017). *Preguntas frecuentes*. Obtenido de <https://www.univisa.com.ec/internethogares/>
- Vanegas, K. (2020). *La decisión de compra y sus etapas*. Obtenido de <https://blog.dinterweb.com/etapas-la-decision-de-compra>

## Anexo 1

Fwd: Revisor metodológico egresada Shirley Morla

---

De: Marcelo Javier Bastidas Jimenez <[mbastidas@ups.edu.ec](mailto:mbastidas@ups.edu.ec)>

Enviado: martes, 7 de julio de 2020 8:40

Para: Est. Shirley Brillit Morla Vera <[smorla@est.ups.edu.ec](mailto:smorla@est.ups.edu.ec)>

Cc: Karina Roxana Vallejo Leon <[kvallejo@ups.edu.ec](mailto:kvallejo@ups.edu.ec)>

Asunto: RE: Revisor metodológico egresada Shirley Morla

Estimada,

ya las últimas correcciones se las hice yo en el documento, por ende debe tomar este mismo documento para seguir con el proceso.

Su instrumento está aprobado y validado

Saludos

**Ing. Marcelo Bastidas Jiménez**

Jefe de Área Profesional

Carrera de Administración de Empresas

Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador

Sede: Guayaquil Campus: Centenario | Chambers 227 y 5 de Junio

Tel.: (593) 4 2590-630 Ext. 4568

Cel.: (593) 986969069 | email: [mbastidas@ups.edu.ec](mailto:mbastidas@ups.edu.ec)

Activar Winc  
Ve a Configuraci





ver televisión por internet?									
25.- ¿Cuántas personas usan la aplicación contratada?									
26.- ¿Elija cuatro opciones ¿Cuál es el tipo de programación que ve en la aplicación digitada?									
27.- ¿En la aplicación Netflix Ecuador, ¿Cuál de las siguientes series y películas es de su mayor preferencia?									
28.- ¿En la aplicación Amazon Prime Video Ecuador, ¿Cuál de los siguientes programas es el de mayor preferencia?									
29.- ¿En la aplicación HBO Go Ecuador, ¿Cuál de los siguientes programas es el de mayor preferencia?									
30.- ¿Cuáles son los factores de éxito de las aplicaciones digitales?									
31.- ¿Qué ventajas presenta la televisión por aplicaciones digitales?									
<b>DATOS DEL EVALUADOR</b>	<b>Nombres: MARCELO BASTIDAS JIMENEZ</b> <b>Profesión: ING EN ESTADÍSTICA</b> <b>Cargo: DOCENTE</b> <b>Fecha: 07/07/2020</b>						<b>Firma:</b>  <b>C.I. 0910621465</b>		

Observaciones Generales \_\_\_\_\_