



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE GUAYAQUIL**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**PLATAFORMAS DE STREAMING VS TELEVISIÓN POR CABLE**

Trabajo de titulación previo a la obtención del  
Título de Licenciado en Comunicación.

AUTOR: Josué Jordano Vernaza Cedeño

TUTOR: Jorge Eduardo Rodríguez Guerra

Guayaquil – Ecuador

2022

## CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Josué Jordano Vernaza Cedeño, con documento de identificación N° 0944176551 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 06 de diciembre del año 2022

Atentamente,



---

Josué Jordano Vernaza Cedeño

CI: 0944176551

## **CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Josué Jordano Vernaza Cedeño, con documento de identificación N° 094417655- 1, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo Académico: “Plataformas de streaming vs televisión por cable”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de Licenciado en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 06 de diciembre del año 2022

Atentamente,



---

Josué Jordano Vernaza Cedeño


CI: 0944176551

## CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Jorge Eduardo Rodríguez Guerra con documento de identificación N° 0913764882, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi autoría fue desarrollado el trabajo de titulación: Plataformas de streaming vs televisión por cable, realizado por Josué Jordano Vernaza Cedeño con documento de identificación N° 0944176551, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción de Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 06 de diciembre del año 2022

Atentamente,



Jorge Eduardo Rodríguez Guerra  
C.I. 0913764882

## DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis padres que me han apoyado a lo largo de esta carrera. No fue nada fácil, pero tampoco imposible. Durante todos estos semestres siempre me dijeron que continúe, que siga adelante y no me decepcione. Hoy, ya puedo decir que está culminando una etapa, pero optimista de seguir en la línea de mi formación académica

Esto también va dedicado a todas las personas que han confiado en mí. Siempre me han dicho que tengo un gran potencial, a veces no me lo creo, porque soy consciente de que todo debe hacerse mejor que el día anterior. Es muy grato que varias personas tengan ese concepto sobre mí: “buen chico”, “eres grande”, “eres muy profesional”, “lo puedes lograr”, entre otras. En fin, son algunas de las palabras que he recibido y espero no defraudarlos, quiero que sigan sintiéndose orgullosos.

Y no está demás, dedicarlo a Dios. Aunque no lo vemos y no tenemos una respuesta hablada, él siempre nos da señales para ir en el camino correcto. Él puede tardar, pero nunca olvidar. Gracias por permitirme lograr lo que más he anhelado.



## RESUMEN

La industria del entretenimiento cada vez aumenta su posición en el mercado. Este trabajo de investigación busca analizar las motivaciones de los usuarios al momento de elegir entre una plataforma streaming o televisión por cable. El método de este trabajo de investigación **es cualitativo**, con una muestra no probabilística. Mediante una encuesta online se conoció las preferencias de los usuarios, la cual se realizó por medio de Google Forms. La población de estudio fue la ciudad de Guayaquil y otros lugares. Los resultados muestran que el 66.7% de los usuarios prefieren las plataformas streaming. El 7.2% consume televisión por cable. Mientras que el 26.1% visualiza ambas. Los servicios más usados son Netflix y Disney+. Además, se observa que el 47.3% se entretiene por Internet. Las motivaciones de las personas se centran en que prefieren reproducir sin interrupciones sus contenidos, a cualquier hora, donde sea y en dispositivos que sean de su comodidad.

**Palabras clave:** streaming, cable, televisión, series, películas

## ABSTRACT

The entertainment industry is increasing its position in the market every time. This research work seeks to analyze the motivations of users when choosing between a streaming platform or cable television. The method of this research work is mixed, since it has qualitative and quantitative information. Through an online survey, the preferences of the users were known, which was carried out through Google Forms. The study population was the city of Guayaquil and other places. The results show that 66.7% of users prefer streaming platforms. 7.2% consume cable television. While 26.1% visualize ambassador. The most used services are Netflix and Disney+. In addition, it is observed that 47.3% entertain themselves on the Internet. The motivations of people are focused on the fact that they prefer to play their content without interruptions, at any time and on devices that are comfortable for them.

**Keywords:** streaming, television, series, movies

## ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	9
DESARROLLO.....	10
La industria del entretenimiento.....	10
OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS.....	11
La trascendencia de la televisión.....	11
Anuncios publicitarios en la televisión.....	12
¿Qué es el streaming? .....	13
Plataformas Streaming en el mercado.....	14
Tipos de streaming en Internet.....	15
Interfaz de las plataformas streaming.....	16
Motivaciones de los usuarios.....	17
METODOLOGÍA .....	18
Entrevistas.....	19
Encuestas.....	20
DISCUSIONES.....	28
CONCLUSIÓN.....	29
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	30



## Introducción

Este trabajo tiene como objetivo analizar el comportamiento de las personas al momento de elegir una plataforma streaming o televisión por cable. Hay que reconocer que estos servicios están teniendo alta demanda de consumo y gran parte de los usuarios invierten para tener contenidos exclusivos con el propósito de satisfacer sus necesidades. De alguna manera, el entretenimiento puede llegar a modificar las relaciones sociales y los hábitos de la persona:

El hecho de que un producto o servicio sea percibido como equitativo, con precio razonable, es determinante sobre otras variables del comportamiento del consumidor claves, tales como la confianza del consumidor hacia la compra, la lealtad y su satisfacción. (Martínez, 2021, p. 13)

En 2020, año de pandemia, muchos tuvieron que ocupar su tiempo en actividades recreativas o de ocio, entre las opciones estaban ver series, películas o algún programa de televisión. Acosta, Arroyave, Carrillo y Corredor Pérez (2020) manifiestan que, durante la cuarentena, el entretenimiento fue una de tantas alternativas para no salir de casa. Poco a poco se retomaron las actividades presenciales, dejando a un lado la modalidad virtual, pero la adquisición de servicios audiovisuales sigue siendo de interés en los consumidores.

La televisión ha tenido muchos cambios. Desde pantallas pequeñas a grandes. De blanco/negro a color. De tener canales nacionales a internacionales. Incluso varias empresas suelen innovar en nuevas pantallas, con la finalidad de mejorar la forma de visualizar un contenido audiovisual. Higuera, Gómez y Pascual (2021) aseguran que las cadenas televisivas funcionan como conglomerados multimedia que unen distintos sectores de la comunicación. En ese sentido, algunas compañías apuestan por lo híbrido, es decir, unen lo tradicional con lo digital.

Para Honojosa (2018) existen más facilidades para adquirir un servicio de entretenimiento, más aún, cuando hay la posibilidad de reproducir y retroceder cuantas veces se desee. Por ese motivo, mucha gente se pregunta si la televisión va a permanecer o simplemente dejará de existir ante los contenidos audiovisuales que se pueden ver en Internet.

El gran rival de las empresas de televisión por cable son las plataformas streaming. Según Honojosa (2018), estos servicios se definen como entornos informáticos, los cuales ofrecen entretenimiento mediante una conexión a internet para visualizarlo en línea y también permiten descargar un contenido en un dispositivo para reproducirlo sin conexión en alguna ocasión. Esa es una de las ventajas de estos servicios, que se pueden disfrutar en cualquier momento y sin ningún tipo de publicidad que suele ser incómodo para muchos usuarios.

Incluso se pondrá en consideración brevemente el pago por cada una de las plataformas para estos servicios de entretenimiento.

## Industria del entretenimiento

La industria del entretenimiento ha tenido un gran posicionamiento a nivel mundial en estos últimos años, llegando a crear nuevos perfiles de consumidores. Por un lado, están las empresas de televisión por cable y por otro, los servicios audiovisuales streaming. Solana, Tronel, Bueno, Orjuela y De los Ríos (2020) afirman que las industrias del entretenimiento cambian en un momento determinado su estrategia en precios e imagen de marca hacia un entorno más competitivo. Adicional a ello, siempre buscan que sus usuarios tengan comodidades dentro y fuera del hogar.

Tanto las empresas de televisión por cable y las plataformas streaming compiten para tener una gran cantidad de usuarios. Estos servicios se definen como entornos informáticos que ofrecen contenido audiovisual cuyo único requisito es contar con una pantalla de alta gama y una conexión a internet, respectivamente (Hinojosa., 2018). La diferencia entre las plataformas streaming y la televisión por cable pueden ser varias:

La primera diferencia está el costo mensual, por ejemplo, empresas como DirecTV o Xtrim TVCable pueden llegar a tener valores hasta de \$40, aproximadamente. Por otro lado, para adquirir Netflix, Disney, Amazon Prime o HBO Max los precios están por debajo de los \$10, en el caso de que el consumidor adquiera el plan individual. La segunda diferencia, es el tiempo de visualización. Las programaciones en la televisión por cable se emiten en un horario determinado; mientras que en las plataformas streaming, una serie o película pueden verse en cualquier hora del día e incluso repetirse cuantas veces se desee. La tercera diferencia, son los requerimientos para poder disfrutar de uno de los servicios. Si una persona contrata un servicio por cable, necesitará de una pantalla de alta gama para tener calidad de imagen. Mientras que una plataforma streaming, sólo necesitará contar con una conexión estable de internet, una computadora, celular o Tablet. Aunque también es accesible verlo en un televisor ya que algunos tienen conectividad a Internet. En cuarto lugar, están los contratos. La televisión por cable siempre ofrece promociones, ya sea de un mes o un año, pero a veces no incluyen servicios de calidad. Las plataformas streaming suelen tener pocas promociones, sin embargo, su servicio puede llegar a satisfacer las necesidades de los usuarios.

Hay que tener en cuenta que la tecnología avanza de manera exponencial, la gran mayoría de personas en el mundo busca adaptarse, aunque unos prefieren mantenerse en la línea tradicional. Si bien la pandemia del COVID-19 ha afectado a todos, Tuñón y Gambari aseguran que una otra parte obtuvo nuevos conocimientos sobre las tecnologías:

Los confinamientos y las cuarentenas provocaron un crecimiento exponencial de la digitalización de nuestras vidas, lo que se tradujo en un incremento acelerado del tráfico web, de la utilización de redes sociales y aplicaciones de mensajería, de los consumos de televisión tradicional y de la utilización de plataformas de contenidos audiovisuales en streaming (2021, p. 10).

Si bien ya existía un crecimiento tanto de la televisión por cable como los servicios streaming, pero la pandemia generó que sea mayor. Ante la diversidad de servicios, hay que resolver algunas interrogantes:

**¿Cuáles son las motivaciones del consumidor al momento de elegir una plataforma streaming o tv por cable?**

**¿Serán capaces las plataformas streaming de desplazar a la televisión por cable?**

**¿Se acerca el fin de la televisión por cable?**

### **Objetivo general:**

El objetivo general de este trabajo de investigación es analizar las motivaciones de los usuarios al momento de elegir entre una plataforma streaming o televisión por cable, en la ciudad de Guayaquil.

### **Objetivos específicos:**

1. Describir el desarrollo de la televisión por cable y servicios de plataformas streaming hasta llegar a las propuestas actuales.
2. Comparar cómo la televisión por cable y las plataformas streaming están adecuando sus servicios para tener un aumento de consumo
3. Determinar los factores que provocan en los usuarios la elección de una plataforma streaming o el servicio de televisión por cable

## **La trascendencia de la televisión**

Rodríguez y Ruiz (2005) indican que las primeras emisiones públicas en televisión las realizó la BBC en Londres en 1927, mientras que la CBS y NBC de Estados Unidos las efectuaron en 1930. Indican que en ambos países no había un horario regular para las programaciones. Entre 1936 y 1939 ya existían más regulaciones de horarios en ambos países. Sin embargo, las transmisiones fueron interrumpidas por la Segunda Guerra Mundial y tuvieron que reanudarse cuando culminó.

Luego de eso, la televisión comenzó a incorporar mensajes comerciales, siempre y cuando existiera un acuerdo con marcas. En el sitio web de History (2022), indican que la cadena WNBT (ahora WNBC) realizó el primer anuncio televisivo de la historia, en Estados Unidos, este se dio en una retransmisión de un partido de béisbol entre Brooklyn Dodgers y Philadelphia Phillies. Aseguran que tuvo una duración de 10 segundos y fue patrocinado por Bulova.

Poco a poco las grandes empresas comenzaron a cambios en la televisión para que los usuarios tengan una mejor experiencia. Según el equipo editorial, Etecé (2023), destaca que la adaptación de color se completó en 1970 y que de alguna manera llegó a conquistar los hogares del mundo. Además, señalan que el gran desafío era que las programaciones sean vistas de forma internacional, para ello, se creó el servicio de cable.



Tener un amplio catálogo de programas y ofrecer servicios de televisión por cable no fue nada fácil para muchas empresas. En un artículo publicado por Electrónica Básica (s. f.) señala que Estados Unidos tuvo complicaciones en los años 50 para incorporar este servicio, sobre todo en zonas montañosas donde las personas debían buscar por sus propios méritos las formas para tener una buena cobertura. Además, agregan que para la década de los 70 comenzaron a incorporar las antenas en lugar de cables, como una alternativa mejorar la calidad de la televisión.

A lo largo de los años, las grandes empresas han creado televisores de alta gama para que los usuarios tengan una mejor experiencia y disfruten de su programación en casa. Tiempo atrás, las personas solían comprar modelos anchos/cuadrados. Actualmente, la gran mayoría acude por una pantalla inteligente, los Smart TV. López Chiu y Vega Layme (2016) indican que el ‘Smart TV’ surgió hace más de una década cuando Sung-Bae Park declaró en un informe comercial que los televisores conectados a Internet son servicios interactivos. Además, tienen la opción de descargar aplicaciones al igual que los celulares de alta gama o tablets.

Los Smart TV necesitan de una conexión a Internet de calidad para tener un buen rendimiento en plataformas como Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, entre otras (Valero., 2022). Al tener esa tecnología, los usuarios van dejando de lado el servicio de televisión por cable, ya que tienen más posibilidades de disfrutar otros contenidos.

Por otro lado, pocas personas están accediendo a contratar un servicio de televisión por cable. En un artículo realizado por Coba (2022), explica que el 31% de la población de Ecuador tenía suscripción de pago en esta modalidad en 2015, pero en 2021, los contratos descendieron a un 15%. Esto significa que las grandes empresas perdieron a la mitad de sus consumidores.

La Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones (Asiet) proyecta que para el 2025, apenas el 12% de los hogares contratará televisión por cable (Coba., 2022). Eso se debe a que gran parte de los usuarios encuentra nuevos contenidos de entretenimiento en plataformas streaming.

## **Anuncios publicitarios en la televisión**

La televisión tiene una gran fuerza para distribuir mensajes, más aún en las operadoras de cable que tienen la oportunidad de generar más ingresos con las marcas asociadas. Sin embargo, en un momento determinado la audiencia se va desinteresando por los largos anuncios publicitarios y esto genera un impacto en las finanzas de la televisión pagada.

Los mensajes publicitarios pueden llegar a tener un alto grado de contenido manipulable. Para Gómez (2016) la publicidad es una mezcla de promoción enfocada en la persuasión del comportamiento y la percepción de compra; incluyendo información, ideas y opiniones concretas, fundamentadas y que generan un sentido de pertenencia. En cada público o individuo hay algo para ofrecer. A medida que pasan los años surgen nuevos perfiles de consumidores.

De alguna manera, la televisión es un medio ideal para transmitir mensajes hacia un cierto público y sobre todo con la publicidad de una determinada marca o producto:

En definitiva, la televisión y sus programas son maniobras y dirigidos por una grilla de programación. Esto no solo lo separó de otros sistemas comunicaciones y otras industrias culturales, sino que definió considerablemente (junto con la publicidad comercial) la experiencia de los consumidores y los usos que estos le dan a la televisión. (Gil Buetto, 2018, p. 25)

Todos tienen su preferencia de contenido. Hay una gran variedad de canales, pero eso sí, expertos recomiendan que es necesario fijar límites, sobre todo con los menores de edad. Gutiérrez y Del Barrio (2015) aseguran que no toda programación es recomendable para niños o adolescentes, porque podrían afectar sus relaciones sociales, ya que el uso excesivo o sobreconsumo de televisión suele estar asociado con múltiples efectos negativos para la salud, la educación y tratos familiares. Por eso, es necesario que los padres estén más pendientes de sus hijos para evitar este tipo de problemática.

No cabe duda de que en los servicios de televisión por cable se pueden encontrar varios anuncios publicitarios. De hecho, en las producciones de programas de entretenimiento suelen tener negociaciones con varias marcas para poder generar una mayor cantidad de dinero posible en ambas partes. Asimismo, pasa con el deporte, que, por lo general, suelen ser los más consumidos (Lotz., 2014).

Para Morla (2020), la televisión sigue vigente, pero su competencia directa son los servicios streaming que han tenido un gran impacto en el mercado de consumo audiovisual. El Internet es un rival poderoso para los servicios de televisión por cable, ya que ofrecen diferentes aplicaciones con comodidad y acorde a la necesidad de visualizar un contenido de preferencia. Ante las competencias, han tratado de implementar sitios online para mantener a sus usuarios, no les ha sido fácil a muchas cadenas televisivas, pero siempre buscan soluciones a corto y largo plazo:

En los últimos años, las operadoras de TV PAGA han sufrido una disminución progresiva de la cantidad de sus suscriptores por lo que se enfrentan al reto de mantener a sus clientes o reinventarse tecnológicamente para lograr disminuir a la mínima expresión dichas renuncias. (Martínez, 2021, p. 9)

Aunque exista esa competencia, la decisión de trasladarse a sitios streaming ha sido útil para muchos, ya que en ocasiones los usuarios no se encuentran en casa debido a sus horarios laborales, pero en esos momentos, es vital contar con una laptop o celular para poder disfrutar de la programación favorita.

## ¿Qué es el streaming?

El streaming permite a los usuarios ver una película o serie de manera online, las cuales se reproducen y se descargan de manera simultánea. Esto permite que haya un consumo inmediato. Bravo, Reinoso y González señalan los servicios de streaming tienen una alta demanda de consumo en Internet:

Streaming es una distribución de contenido multimedia, a través de una red, contiene un búfer de datos, en donde se almacenan transitoriamente en el equipo del usuario. Es vital contar con ancho de banda igual o superior al servicio, para no tener interrupciones en la visualización. (2018, p. 2)



Una de las ventajas del streaming es la posibilidad de poder adelantar, retroceder o dejar en pausa un contenido. El Internet ha sido esencial para todos, ya que ofrece una gran variedad de información en tiempo real. Además, permite mantener conectado a todo el mundo y la información viene de manera inmediata. Sin embargo, muchos han visto al Internet como un medio para poder generar ingresos, llegando a consolidarse y haciendo reconocer sus marcas. Según Corrales (2020), una de las cosas que genera alta demanda y consumo, son los servicios de entretenimiento o, mejor dicho, con las denominadas plataformas streaming:

Las plataformas que alojan contenido poseen una gran afluencia de público, desde jóvenes hasta jóvenes adultos, audiencia que no tiene complicación al momento de ingresar a este tipo de canales de entretenimiento, ya sea desde un celular, pasando por la Tablet, laptop, hasta llegar a la televisión. (2020, p. 12)

Sea en tablet, computadora o celular, las plataformas streaming ofrecen sus contenidos sin anuncios publicitarios, que suelen ser incómodos para las audiencias. Gracias a las nuevas tecnologías junto a estos servicios, los espectadores pueden disfrutar su serie o película sin ningún tipo de interrupciones. Aunque también tienen suscripciones baratas que incluyen publicidad.

## **Plataformas streaming en el mercado**

En un artículo escrito por la periodista Natalia Marcos en diario El PAÍS, detalla textualmente las palabras de Álex Pina sobre su serie ‘La Casa de Papel’ ante la publicidad: “Es una serie que es frenética, es adrenalina pura, va casi en tiempo real, y ahí los cortes para publicidad producen una especie de parón brusco que es complicado” (2018, s. p). Por esa razón, varios productores y directores optan por lanzar su serie en una plataforma streaming, donde también pueden tener una mejor acogida. Para Rufete, una de las plataformas que tiene mayor impacto en el mercado del entretenimiento es Netflix:

La compañía ha logrado, apoyado por un esfuerzo en inversión en contenido y marketing, posicionar su marca como la más asequible económicamente, la más atenta a los gustos de los consumidores y ser el servicio con el catálogo más atractivo, tanto de los títulos originales como de terceros. (2015, p. 30)

Existen plataformas streaming que también tratan igualar o superar la calidad / catálogo de contenidos de Netflix. Entre ellas están: Amazon Prime Video, Disney +, Hulu, entre otras. Cada año, estos servicios logran reinventarse y adaptar sus servicios para generar mayor satisfacción en sus audiencias.

Las plataformas streaming tuvieron una gran demanda durante las semanas de confinamiento a nivel mundial. En ese tiempo llegó a existir un consumo de contenido audiovisual exponencial desde casa, puesto que, al limitar la circulación en espacios públicos, las pantallas del hogar se convirtieron en un lugar necesario. (Corrales., 2020). Muchos se terminaban de ver una serie en uno o dos días, incluso hasta menos.

## **Tipos de streaming en Internet**

Existe una variedad de plataformas streaming, cada uno tiene funciones únicas y con un determinado catálogo de contenido. Poor (2021) indica que algunos servicios permiten acceder de manera gratuita y otros solicitan una suscripción de pago. Además, puede encontrar contenido en vivo, documentales, películas y series.

### **Streaming en vivo**

El sitio web de Verizon (s. f.), lo define como la transmisión de un evento a través de Internet. Generalmente, los tipos de streaming en vivo más populares son programas de concurso o entrevistas, deportes y eventos emitidos por única vez. Poor (2021) asegura que el Super Bowl LII alcanzó los 3,1 millones de espectadores a través de streaming y otros 100 millones usuarios lo vieron por televisión; reitera que los partidos de fútbol americano tienen una alta visualización por streaming, sin embargo, la audiencia es pequeña en comparación con lo tradicional.

### **Streaming de video**

Verizon (s. f.) reitera que las plataformas de streaming requieren una determinada velocidad de Internet para reproducir con fluidez un contenido, aunque también ofrecen recomendaciones de calidad dependiendo de la comodidad del usuario. Para Poor (2021), YouTube es el streaming de video más requerido; diariamente se visualizan unos 5.000 millones de videos y más de 500 horas de contenido son subidos al sitio cada minuto.

El streaming de video permite a muchos usuarios acceder al mismo contenido a la vez y cada uno de ellos puede reproducir o detener lo que están observando sin afectar a nadie. Según Poor (2021), servicios como Netflix o Hulu ofrecen suscripción de pago; mientras que YouTube tiene acceso gratuito, pagando por el contenido mediante los anuncios publicitarios.

### **Ventajas del streaming**

El streaming de Internet ha revolucionado la forma de acceder a los servicios multimedia y obtener la información de manera instantánea. El precio es accesible, hay un amplio catálogo de contenidos, se pueden visualizar a cualquier hora, libre de anuncios publicitarios y la comodidad de estar en casa son algunas de las ventajas de tener un servicio de streaming respecto a la televisión por cable (Marín., 2021).

Con las transmisiones en directo se puede llegar a cualquier parte del mundo y recibir uno o varios comentarios. Casas (2022) recalca que una persona puede ganar dinero con los eventos en vivo a través de una plataforma streaming y sin gastar un solo centavo; además, si algo llega a fallar, los usuarios tienen la posibilidad de indicarlo y mientras haya más opiniones similares, el feedback será instantáneo.

### **Desventajas del streaming**

Es necesario tener una buena conexión de Internet para realizar una transmisión en vivo, puesto que, si llega a fallar, los usuarios se verán comprometidos a retirarse y buscar otros servicios (Casas., 2022). Asimismo, los participantes deberán contar con



buena señal para disfrutar al máximo de un contenido y evitar interrupciones. Cabe mencionar que, en algunos sitios no hay control de acceso, es decir cualquiera puede entrar porque la señal es pública, a menos de que se establezca una suscripción de pago.

El gran dilema de muchos consumidores es tener que elegir su contenido de preferencia. Si desean ver todo el catálogo de Marvel, tendrán que escoger Disney+, puesto que no todas pueden ofrecer lo mismo. En un artículo publicado por ECOOSFERA (2022), aseguran que las plataformas streaming tienen contenidos personalizados y, si los usuarios no encuentran aquello que les gusta, están sujetos a adquirir varias membresías. Pagar por un servicio dependerá de la situación económica de cada usuario.

## Interfaz de las plataformas streaming

Por la popularidad de las plataformas, unos suelen pensar que son pocas en el mercado, pero la realidad es que existe un alto número de servicios de streaming y todos buscan la preferencia de los usuarios con ofertas llamativas. Para Páez (2020), Netflix sigue siendo el servicio más adquirido por los usuarios. Además, destaca el camino de Disney+ que, con poco tiempo en el mercado, ha logrado tener una buena posición en el mercado y eso se debe al amplio catálogo de contenido producido en casi 100 años. Por otro lado, está Amazon Prime Video que, según González (2021), es una de las plataformas más consumidas y que cuenta con más 200 millones de suscriptores.

La presentación de contenidos es determinante y esencial para las audiencias. Vera (2020) asegura que la interfaz de una plataforma debe ser organizada y tener buena estética en las miniaturas, así como en la exhibición de nuevos contenidos, esto genera que la permanencia del usuario sea más duradera. De alguna forma, los servicios streaming tienen algo en común, que es colocar los productos más atractivos en la parte principal.

Cada año, las plataformas streaming invierten en contenido y tecnología para brindar el mejor servicio posible. Torres (2021) detalla de manera breve la interfaz de las plataformas más reconocidas:

**Disney+:** Su diseño es bastante atractivo y con animaciones propias. En su catálogo cuenta con producciones de Marvel, National Geographic, Pixar, Star Wars, entre otros. The Mandalorian es una de sus series destacadas, así como la franquicia de Avengers.

**Netflix:** Su diseño es algo minimalista en comparación con Disney. Títulos como La Casa de Papel, Stranger Things o Sweet Tooth han sido de gran elección para los usuarios. Este autor asegura que esta plataforma tiene un algoritmo que clasifica los contenidos dependiendo de los gustos de los consumidores.

**Amazon Prime Video:** Fue lanzada en 2016. Tiene una interfaz de contenido algo sobrecargada en comparación con Disney+ y Netflix, pero eso no ha sido un impedimento para ser una de las plataformas más adquiridas. Tiene una serie que detalla la vida de Diego Armando Maradona.

Hay una variedad de contenido para todas las preferencias. Unos con una interfaz más llamativa y otros con algo más sencillo, pero siempre, buscan que las producciones sean visibles para los consumidores.



Los algoritmos de recomendación son muy comunes en las plataformas streaming, estos suelen aparecer cuando una persona termina de ver alguna serie o película de preferencia. Según Arjonilla (2020), más del 80% de los contenidos visualizados por los usuarios en Netflix, es producto de las recomendaciones. Generalmente, el contenido ofrecido suele mostrar a un actor reconocido en una portada.

## Motivaciones de los usuarios

Al momento de elegir una plataforma streaming o un servicio de televisión por cable, los usuarios suelen tener ciertas dudas porque no saben con cuál quedarse. A pesar de todo, escogen lo que mejor según sus recursos económicos disponibles. Ante la gran demanda de contenidos, muchos llegan a cambiar su estilo de vida y actitudes, sea por un personaje de su serie o película favorita.

Comscore (2022) publicó un estudio en su sitio web sobre los usuarios de Internet en América del Sur que abarcó países como Argentina, Chile, Ecuador, Paraguay y Uruguay. En febrero de 2022, determinaron que el 70% de los entrevistados tienen un televisor con conexión a Internet o un dispositivo streaming. También destacaron que en ese mes YouTube, Netflix, Flow y Amazon Prime Video fueron los servicios más utilizados. Por último, reiteran que 9 de 10 personas consume un servicio de streaming o de suscripción.

Para renovar una serie o una película se necesita conocer por al consumidor y ofrecerle algo que lo haga sentirse más satisfecho. Peiró (2022) afirma que estudiar el comportamiento del consumidor es fundamental para los expertos en marketing, ya que de esa manera pueden presentar nuevos productos que generen un gran impacto en los consumidores. Una persona puede llegar a considerar exitosa una película cuando tiene dos o tres entregas. Lo mismo en una serie, cuando tiene demasiadas temporadas, un claro ejemplo es Grey's Anatomy, que se encuentra transmitiendo su temporada número 19.

Para muchos usuarios es incómodo cuando encuentra un spoiler que, según Ramírez (2017), se refiere a arruinar o revelar un contenido que aún no haya sido visto por una persona. Un spoiler puede ser un pequeño fragmento de una película, serie, libro o videojuego. Estos anuncios anticipados afectan sobre todo a las personas que desean ver series, películas o documentales de moda.

Determinadas personas se incomodan cuando se enteran de lo que va a suceder en una serie o una película. Por lo general, suelen aparecer como pequeños extractos en redes sociales, algunos lo denominan como alerta de spoilers. Si bien los avances de las grandes producciones de cine muestran un adelanto, pero siempre dejan una incógnita a los usuarios, es decir ¿qué va a suceder después?

Estos anuncios anticipados o spoilers se publican en Facebook, Twitter e Instagram. Son una práctica común en estas redes sociales para comentar y realizar hipótesis sobre alguna película o serie. García-Máiquez (2019) aseguran que muchas personas se alteran cuando reciben información sobre su serie o película favorita, como si fuera un síntoma de nuestra relación con la cultura. Es un término que cada vez es más utilizado en las anteriores y actuales generaciones.

## Metodología

El método de este trabajo de investigación **es cualitativo**. La muestra es no probabilística. Se utilizaron como herramientas de recolección de información la encuesta y las entrevistas, para poder analizar las preferencias de los usuarios de televisión por cable y de las plataformas streaming. La encuesta fue distribuida durante dos meses manera online, por medio de la herramienta digital Google Forms. Los criterios de inclusión fueron que sean de Guayaquil, género y rango de edad.

Los resultados obtenidos fueron incluidos en el artículo, mostrando algunos gráficos que detallan el porcentaje de las preferencias de los usuarios de estos servicios de entretenimiento. Los datos específicos se realizaron en el programa IBM SPSS.

## Entrevistas

Las entrevistas están enfocadas para tres grupos específicos: **expertos en tecnologías digitales, psicólogos y personas que tienen un servicio de tv por cable o streaming**. Con los expertos en tecnologías se busca obtener información vinculada a la disputa entre las plataformas streaming vs tv cable, entender por qué existen más servicios de entretenimiento y conocer que depara en el futuro.

## RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

### Javier Bautista, Experto en tecnologías

#### **¿De dónde sacan dinero las plataformas streaming para producir nuevos contenidos, si no tienen publicidad?**

Los servicios de streaming invierten más que la televisión por cable. Para tener una gran acogida recopilan muchos datos como: en qué momentos dejamos de ver una película, qué escenas se vuelven a ver y qué visualizamos después. A eso se lo denomina algoritmos, pero al mismo tiempo, uno los va creando y las plataformas nos recomiendan lo que queremos. Así es cómo van generando ingresos y al mismo tiempo ganando suscriptores sin tener publicidad. Y cada año vuelven a invertir en nuevas producciones.

#### **¿Los servicios online están destinados a reemplazar por completo a la televisión por cable?**

Es una pregunta un poco difícil de responder. Pero quizás estos servicios tienen mayor acogida por la diversidad de género, definitivamente esto se ve más que en las series o películas de televisión por cable.

#### **Lo que visualizan los usuarios en las plataformas streaming, ¿es útil para su formación académica?**



Hay ciertas series o películas que abordan tabúes sociales. El mercado de la industria del entretenimiento trata de contar historias de un país o un personaje icónico, pero lo hacen de una manera diferente, siempre buscan llenar contenidos relacionados a la vida cotidiana y eso es algo válido. Si la información es acorde con la formación, bueno eso dependerá de qué vea la persona.

**María Fernanda Ochoa, Psicopedagoga**

### **¿Por qué se vuelve adictivo el uso de plataformas streaming y televisión por cable?**

Un montón de contenidos pueden significar una maratón para muchas personas. Ver un episodio tras otro sin poder parar. Ver un partido de fútbol y esperar a que salga el programa deportivo para que den un análisis. Para saber si eso es bueno para la salud mental depende si vemos algo de forma compulsiva o consciente.

**Compulsivo:** Se produce solo, sin plan previo y sin prestar atención.

**Consciente:** Suele planificarse, es social y requiere atención. Es decir, ver un contenido con otras personas, así hay una retroalimentación.

### **¿Cuáles son los casos de comportamientos más frecuentes?**

Según los estudios, el consumo consciente evita los remordimientos si no te excedes. Si comes algo en exceso pierdes el control, asimismo pasa con las series o películas. El espectador debe aprender a manejar ese control que nunca tuvo para no caer en la adicción.

### **Si pudieras nombrar 5 razones por las que se dan esos comportamientos o hábitos ¿cuáles serían?**

Las series, películas, un actor o un deportista profesional pueden llegar a influir en el estilo de vida de la persona. Esto cambia nuestras decisiones como consumidores. Todo el contenido de entretenimiento influye de muchas formas en cómo **vestimos, qué accesorios son tendencias, peinados, entre otras cosas**. Hay más, pero esas son las que se me vienen a la mente y las más comunes. Si tomamos como referencia la serie de La Casa de Papel o Peaky Blinders, vemos que tienen trajes llamativos y eso hace que la persona la adquiera y genere tendencias. En cierto modo, las producciones buscan llevar el mundo digital a la vida real.

### **Análisis de las entrevistas**

La televisión ha pasado de lo público a contar con varios canales para una audiencia privada la cual está dispuesta a cancelar lo necesario para satisfacer sus necesidades. Luego están las plataformas streaming, que han revolucionado la industria del entretenimiento.

Un punto importante que señaló **Javier Bautista** es sobre la diversidad de género. Es poco habitual encontrar en una cadena televisiva una serie o película que muestre comunidades LGBTI. En algunos casos consideran que esto puede llegar a influir en los niños, pero obviamente, el padre de familia debe controlar lo que su hijo observa. A raíz



de esto, se podría agregar que en los contenidos de las plataformas streaming suelen tener escenas sexuales y ese también es un factor por el cual las personas desean estos servicios.

Por otro lado, **María Fernanda Ochoa** destacó el tema de las vestimentas y accesorios. Cuando un personaje de una serie o una estrella del deporte tiene una vestimenta llamativa, hará que las personas lo imiten y mientras más lo vean se convertirá en una tendencia.

El comportamiento de los usuarios se ve marcado de una u otra forma. En algunos crea esa necesidad de estudiar por completo una serie o película, y vérsela cuantas veces sea para entenderla por completo. Otros suelen incomodarse con los revelaciones o spoilers en redes sociales. Y otro grupo suele mantenerse en un estado más conservador.

## RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Se realizó una encuesta en la cual se obtuvo 153 respuestas. Participaron 79 hombres y 74 mujeres. El 92.8% pertenece a la ciudad de Guayaquil. Entre 15-25 es el rango de edad que predomina, seguido de menor 15. La mayor parte de los encuestados conoce lo que son las plataformas streaming, siendo esta la gran preferencia. Se determinó que Netflix es el servicio más adquirido por los usuarios.

## FRECUENCIA

### ¿En qué ciudad vive?

		CIUDAD			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Guayaquil	141	92,2	92,8	92,8
	Otra	11	7,2	7,2	100,0
	Total	152	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		153	100,0		

En esta pregunta participaron 141 personas en Guayaquil, equivalente a un 92,2%.

### ¿Cuál es su género?

		GÉNERO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	74	48,4	48,4	48,4
	Masculino	79	51,6	51,6	100,0
Total		153	100,0	100,0	

En esta pregunta participaron 153 personas, de las cuales fueron:

**Femenino:** 48,4%

**Masculino:** 51.6%

**¿En qué rango de edad se encuentra?**

		EDAD			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menor de 15	36	23,5	23,5	23,5
	Entre 15-25	58	37,9	37,9	61,4
	Entre 26-35	34	22,2	22,2	83,7
	Entre 36-45	18	11,8	11,8	95,4
	Entre 46-50	1	,7	,7	96,1
	Mayor de 50	6	3,9	3,9	100,0
	Total	153	100,0	100,0	

En esta pregunta participaron 153 personas:

**Menor de 15:** 23,5%

**Entre 15-25:** 37,9%

**Entre 26-35:** 22.2%

**Entre 36-45:** 11.8%

**Entre 46-50:** 7%

**Mayor de 50:** 3,9%

**Pregunta 7: ¿Es usuario habitual de una plataforma streaming?**

		PREGUNTA7			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	139	90,8	90,8	90,8
	No	14	9,2	9,2	100,0
	Total	153	100,0	100,0	

En esta pregunta participaron 153 personas:

**Si:** 90,8%

**No:** 9,2%

**Pregunta 8: Si es usuario habitual, ¿qué plataforma prefiere?**

**PREGUNTA8**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Amazon Prime Video	2	1,3	1,3	1,3
	Disney Plus	11	7,2	7,3	8,7
	Internet	15	9,8	10,0	18,7
	Netflix	90	58,8	60,0	78,7
	Star Plus	1	,7	,7	79,3
	Twitch	15	9,8	10,0	89,3
	Otro	16	10,5	10,7	100,0
	Total	150	98,0	100,0	
Perdidos	Sistema	3	2,0		
Total		153	100,0		

En esta pregunta participaron 153 personas:

**Amazon Prime Video:** 1,3%

**Disney Plus** 7,2%

**Internet:** 9,8%

**Netflix:** 58,8%

**Star Plus:** 7%

**Twitch:** 9,8%

**Otro:** 10,5%

**Pregunta 12: Entre televisión por cable o plataformas streaming ¿cuál prefiere?**

**PREGUNTA12**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Veo ambas más o menos en igual medida	40	26,1	26,1	26,1
	Veo principalmente plataformas streaming	102	66,7	66,7	92,8
	Veo principalmente la televisión por cable	11	7,2	7,2	100,0
	Total	153	100,0	100,0	

En esta pregunta participaron 153 personas:

**Veo ambas más o menos en igual medida:** 26,1%





Tabla cruzada GÉNERO\*CIUDAD\*PREGUNTA7

PREGUNTA7				CIUDAD		Total
				Guayaquil	Otra	
Si	GÉNERO	Femenino	Recuento	64	7	71
			% dentro de GÉNERO	90,1%	9,9%	100,0%
	Masculino	Recuento	64	3	67	
		% dentro de GÉNERO	95,5%	4,5%	100,0%	
	Total	Recuento	128	10	138	
		% dentro de GÉNERO	92,8%	7,2%	100,0%	
No	GÉNERO	Femenino	Recuento	3	0	3
			% dentro de GÉNERO	100,0%	0,0%	100,0%
	Masculino	Recuento	10	1	11	
		% dentro de GÉNERO	90,9%	9,1%	100,0%	
	Total	Recuento	13	1	14	
		% dentro de GÉNERO	92,9%	7,1%	100,0%	
Total	GÉNERO	Femenino	Recuento	67	7	74
			% dentro de GÉNERO	90,5%	9,5%	100,0%
	Masculino	Recuento	74	4	78	
		% dentro de GÉNERO	94,9%	5,1%	100,0%	
	Total	Recuento	141	11	152	
		% dentro de GÉNERO	92,8%	7,2%	100,0%	

**La pregunta 7 se refiere a: ¿es usuario habitual de una plataforma streaming?**

El 90,1% de las mujeres en Guayaquil indica que sí. Mientras que un 3% señala que no

El 95,5% de los hombres en Guayaquil marcó que sí. Mientras que el 10% dijo que no.

Tabla cruzada CIUDAD\*GÉNERO\*PREGUNTA8

PREGUNTA8				GÉNERO		Total
				Femenino	Masculino	
Amazon Prime Video	CIUDAD	Guayaquil	Recuento	1	1	2
			% dentro de CIUDAD	50,0%	50,0%	100,0%
	Total	Recuento	1	1	2	
		% dentro de CIUDAD	50,0%	50,0%	100,0%	
Disney Plus	CIUDAD	Guayaquil	Recuento	4	7	11
			% dentro de CIUDAD	36,4%	63,6%	100,0%
	Total	Recuento	4	7	11	
		% dentro de CIUDAD	36,4%	63,6%	100,0%	





Internet	CIUDAD	Guayaquil	Recuento	5	6	11
			% dentro de CIUDAD	45,5%	54,5%	100,0%
	Otra	Recuento	2	2	4	
		% dentro de CIUDAD	50,0%	50,0%	100,0%	
	Total	Recuento	7	8	15	
		% dentro de CIUDAD	46,7%	53,3%	100,0%	
Netflix	CIUDAD	Guayaquil	Recuento	45	38	83
			% dentro de CIUDAD	54,2%	45,8%	100,0%
	Otra	Recuento	4	2	6	
		% dentro de CIUDAD	66,7%	33,3%	100,0%	
	Total	Recuento	49	40	89	
		% dentro de CIUDAD	55,1%	44,9%	100,0%	
Star Plus	CIUDAD	Guayaquil	Recuento		1	1
			% dentro de CIUDAD		100,0%	100,0%
	Total	Recuento		1	1	
		% dentro de CIUDAD		100,0%	100,0%	
Twitch	CIUDAD	Guayaquil	Recuento	1	14	15
			% dentro de CIUDAD	6,7%	93,3%	100,0%
	Total	Recuento	1	14	15	
		% dentro de CIUDAD	6,7%	93,3%	100,0%	
Otro	CIUDAD	Guayaquil	Recuento	10	5	15
			% dentro de CIUDAD	66,7%	33,3%	100,0%
	Otra	Recuento	1	0	1	
		% dentro de CIUDAD	100,0%	0,0%	100,0%	
	Total	Recuento	11	5	16	
		% dentro de CIUDAD	68,8%	31,3%	100,0%	
Total	CIUDAD	Guayaquil	Recuento	66	72	138
			% dentro de CIUDAD	47,8%	52,2%	100,0%
	Otra	Recuento	7	4	11	
		% dentro de CIUDAD	63,6%	36,4%	100,0%	
	Total	Recuento	73	76	149	
		% dentro de CIUDAD	49,0%	51,0%	100,0%	

**La pregunta 8 se refiere a: Si es un usuario habitual, ¿qué plataforma prefiere?**

En Guayaquil:

**Amazon Prime Video:** femenino 50% y masculino 50%

**Disney Plus:** femenino 36,4% y masculino 63,6%

**Internet:** femenino 45,5% y masculino 54,5%

**Netflix:** femenino 54,2% y masculino 45,8%

**Star Plus:** femenino 0% y masculino 100%

**Twitch:** femenino 6,7% y masculino 93,3%

**Otro:** femenino 66,7% y masculino 33,3%

**Tabla cruzada EDAD\*CIUDAD\*PREGUNTA8**

PREGUNTA8				CIUDAD		
				Guayaquil	Otra	Total
Amazon Prime Video	EDAD	Entre 15-25	Recuento	2		2
			% dentro de EDAD	100,0%		100,0%
	Total	Recuento	2		2	
		% dentro de EDAD	100,0%		100,0%	
Disney Plus	EDAD	Menor de 15	Recuento	3		3
			% dentro de EDAD	100,0%		100,0%
	Entre 15-25	Recuento	5		5	
		% dentro de EDAD	100,0%		100,0%	
	Entre 26-35	Recuento	3		3	
		% dentro de EDAD	100,0%		100,0%	
	Total	Recuento	11		11	
		% dentro de EDAD	100,0%		100,0%	
Internet	EDAD	Menor de 15	Recuento	3	0	3
			% dentro de EDAD	100,0%	0,0%	100,0%
	Entre 15-25	Recuento	3	1	4	
		% dentro de EDAD	75,0%	25,0%	100,0%	
	Entre 26-35	Recuento	0	1	1	
		% dentro de EDAD	0,0%	100,0%	100,0%	
	Entre 36-45	Recuento	3	2	5	
		% dentro de EDAD	60,0%	40,0%	100,0%	
	Mayor de 50	Recuento	2	0	2	
		% dentro de EDAD	100,0%	0,0%	100,0%	
	Total	Recuento	11	4	15	
		% dentro de EDAD	73,3%	26,7%	100,0%	
Netflix	EDAD	Menor de 15	Recuento	21	0	21
			% dentro de EDAD	100,0%	0,0%	100,0%
	Entre 15-25	Recuento	27	1	28	
		% dentro de EDAD	96,4%	3,6%	100,0%	
	Entre 26-35	Recuento	22	2	24	
		% dentro de EDAD	91,7%	8,3%	100,0%	
	Entre 36-45	Recuento	9	3	12	
		% dentro de EDAD	75,0%	25,0%	100,0%	
	Entre 46-50	Recuento	1	0	1	
		% dentro de EDAD	100,0%	0,0%	100,0%	
	Mayor de 50	Recuento	3	0	3	
		% dentro de EDAD	100,0%	0,0%	100,0%	
	Total	Recuento	83	6	89	



			% dentro de EDAD	93,3%	6,7%	100,0%
Star Plus	EDAD	Entre 26-35	Recuento	1		1
			% dentro de EDAD	100,0%		100,0%
			Total	Recuento	1	
			% dentro de EDAD	100,0%		100,0%
Twitch	EDAD	Menor de 15	Recuento	5		5
			% dentro de EDAD	100,0%		100,0%
		Entre 15-25	Recuento	9		9
			% dentro de EDAD	100,0%		100,0%
		Entre 36-45	Recuento	1		1
			% dentro de EDAD	100,0%		100,0%
		Total	Recuento	15		15
			% dentro de EDAD	100,0%		100,0%
Otro	EDAD	Menor de 15	Recuento	3	0	3
			% dentro de EDAD	100,0%	0,0%	100,0%
		Entre 15-25	Recuento	7	1	8
			% dentro de EDAD	87,5%	12,5%	100,0%
		Entre 26-35	Recuento	4	0	4
			% dentro de EDAD	100,0%	0,0%	100,0%
		Mayor de 50	Recuento	1	0	1
			% dentro de EDAD	100,0%	0,0%	100,0%
		Total	Recuento	15	1	16
					% dentro de EDAD	93,8%
Total	EDAD	Menor de 15	Recuento	35	0	35
			% dentro de EDAD	100,0%	0,0%	100,0%
		Entre 15-25	Recuento	53	3	56
			% dentro de EDAD	94,6%	5,4%	100,0%
		Entre 26-35	Recuento	30	3	33
			% dentro de EDAD	90,9%	9,1%	100,0%
		Entre 36-45	Recuento	13	5	18
			% dentro de EDAD	72,2%	27,8%	100,0%
		Entre 46-50	Recuento	1	0	1
			% dentro de EDAD	100,0%	0,0%	100,0%
		Mayor de 50	Recuento	6	0	6
			% dentro de EDAD	100,0%	0,0%	100,0%
		Total	Recuento	138	11	149
			% dentro de EDAD	92,6%	7,4%	100,0%

**La pregunta 8 se refiere a: Si es un usuario habitual, ¿qué plataforma prefiere?**

En Guayaquil:

**Amazon Prime Video:** Entre 15-25 obtuvo un 100%

**Disney Plus:** Menor de 15 obtuvo un 100%, entre 15-25 con un 100% y entre 26-35 tuvo un 100%

**Internet:** Menor de 15 obtuvo un 100%, entre 15-25 con un 75%, entre 36-45 con un 60% y mayor de 50 con un 100%

**Netflix:** Menor de 15 obtuvo un 100%, entre 15-25 con un 96,4%, entre 26-35 con un 91,7%, entre 36-45 con un 75%, entre 46-50 con un 100% y mayor de 50 con un 100%

**Star Plus:** Entre 26-35 con un 100%

**Twitch:** Menor de 15 obtuvo un 100%, entre 15-25 con un 100% y entre 36-45 con un 100%

**Otro:** Menor de 15 obtuvo un 100%, entre 15-25 con un 87,5%, entre 26-35 con un 100% y mayor de 50 con un 100%

**Tabla cruzada GÉNERO\*CIUDAD\*PREGUNTA12**

PREGUNTA12	GÉNERO			CIUDAD		Total
				Guayaquil	Otra	
Veo ambas más o menos en igual medida	Femenino	Recuento	20	3	23	
		% dentro de GÉNERO	87,0%	13,0%	100,0%	
	Masculino	Recuento	15	1	16	
		% dentro de GÉNERO	93,8%	6,3%	100,0%	
	Total	Recuento	35	4	39	
		% dentro de GÉNERO	89,7%	10,3%	100,0%	
Veo principalmente plataformas streaming	Femenino	Recuento	41	3	44	
		% dentro de GÉNERO	93,2%	6,8%	100,0%	
	Masculino	Recuento	55	3	58	
		% dentro de GÉNERO	94,8%	5,2%	100,0%	
	Total	Recuento	96	6	102	
		% dentro de GÉNERO	94,1%	5,9%	100,0%	
Veo principalmente la televisión por cable	Femenino	Recuento	6	1	7	
		% dentro de GÉNERO	85,7%	14,3%	100,0%	
	Masculino	Recuento	4	0	4	
		% dentro de GÉNERO	100,0%	0,0%	100,0%	
	Total	Recuento	10	1	11	
		% dentro de GÉNERO	90,9%	9,1%	100,0%	
Total	Femenino	Recuento	67	7	74	
		% dentro de GÉNERO	90,5%	9,5%	100,0%	
	Masculino	Recuento	74	4	78	
		% dentro de GÉNERO	94,9%	5,1%	100,0%	
	Total	Recuento	141	11	152	
		% dentro de GÉNERO	92,8%	7,2%	100,0%	



## **La pregunta 12: Entre televisión por cable o plataformas streaming ¿cuál prefiere?**

En Guayaquil:

**Veo ambas más o menos en igual medida:** femenino 87% y masculino 93,8%

**Veo principalmente plataformas streaming:** femenino 93,2% y masculino 94,2%

**Veo principalmente la televisión por cable:** femenino 85,7% y masculino 100%

## **DISCUSIONES**

Según Rufete (2015), Netflix es una de las plataformas más requeridas. Esto se lo pudo corroborar, en vista de que el 54,2% de las mujeres y 45,8% de los hombres en Guayaquil, prefieren este servicio streaming. Sin embargo, el Internet sigue siendo otra de las preferencias de los usuarios en la ciudad, femenino 45,5% y masculino 54,5%.

Por otro lado, Coba (2022), detalla que el 31% de la población ecuatoriana tuvo suscripción de televisión por cable en 2015, mientras que en 2021 cayó en un 15%. En la encuesta de este trabajo de investigación enfocada en Guayaquil, apenas 10 personas eligieron este servicio.

La autora Hinojosa (2018) indica que los usuarios prefieren las plataformas streaming porque pueden reproducir y retroceder sus contenidos cuantas veces deseen. Los resultados de este artículo muestran que esa posibilidad es lo que motiva a los consumidores, obteniendo un 68.9%.

Poor (2021) manifiesta que YouTube es uno de los servicios gratuitos más requerido, pese a tener varios anuncios publicitarios. En la encuesta, los usuarios que no tienen un servicio streaming indicaron que están satisfechos con lo que ofrece esta plataforma, siendo esa la principal razón con un 42.9%.

Para Valero (2022), los Smart TV son requeridos por la buena resolución de pantalla y la conexión a Internet. Fue necesario conocer los dispositivos en que se consumen los servicios streaming; para ello, se realizó una pregunta donde los usuarios podían elegir más de una opción; el 76.2% prefiere ver el contenido por un televisor, pero los celulares no quedaron a un lado, ya que obtuvieron un 71.5%.

La autora Marín (2021) asegura que la motivación de los usuarios al momento de consumir un servicio streaming se debe a que es más barato y porque hay una variedad de contenidos. En la encuesta se determinó este argumento como válido, aunque el 68.9% señaló que pueden decidir cuándo ver sus películas o series preferidas. El 47.7% indicó que tienen la posibilidad de disfrutar de sus contenidos en cualquier dispositivo.



## CONCLUSIÓN

Se puede reconocer que las plataformas streaming están dominando el mercado del entretenimiento, cada vez hay menos personas en Guayaquil que contratan el servicio de televisión por cable. Las motivaciones de los usuarios consultados se centran en que prefieren ver sus contenidos sin interrupciones, a cualquier hora y en dispositivos que sean de su comodidad.

La gran mayoría de los encuestados tienen dudas sobre la permanencia de la televisión por cable. Se reconoce que este servicio no va a desaparecer, simplemente va a buscar las formas de poder adaptarse a sus consumidores. Actualmente, hay empresas de televisión por cable que cuentan con un sitio streaming; es decir tienen dos alternativas para que los usuarios puedan disfrutar de su contenido de preferencia. Cabe recalcar que la televisión por cable es requerida por los programas de variedades, deportes y noticias internacionales.

Las plataformas streaming como Netflix, Amazon Prime Video o Disney+, son preferidas por las películas y series, que no suelen ser transmitidas muy seguido por la televisión por cable. Sin embargo, no se puede dejar de reconocer que entre estos servicios también buscan estar en el primer lugar del entretenimiento. Cada año invierten y mejoran la interfaz de su sitio para poder ser elegidas por los usuarios.

Por otro lado, algunos escribieron en la encuesta que no les agrada la inclusión forzada de contenido LGBTI, disfrutan sin pagar y que no tienen mucho tiempo para ver series o películas. Incluso aseguran que no están satisfechos con el pago fijo al mes.

## Referencias bibliográficas

- Arjonilla, A. (2020, 2 de febrero). *La estrategia Customer Centric de Netflix clave al ofrecer la mejor experiencia*. STIGA. <https://stigacx.com/articulo?iA=U2FsdGVkX18TvazLzToyyzarh90mYM1do12xbbRI%2B2k%3D>
- Casas, L. (2022, 22 de abril). *Ventajas y desventajas de los vídeos en directo o live streaming*. OCCAM AGENCIA DIGITAL. <https://www.occamagenciadigital.com/blog/ventajas-y-desventajas-de-los-v%C3%ADdeos-en-directo-o-live-streaming>
- Coba, G. (2022, 17 de junio). *Apenas el 12% de hogares contará televisión por suscripción en 2025*. Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/hogares-contratacion-television-suscripcion-ecuador/>
- Comscore. (2022). *Comportamiento en línea en Cono Sur: 9 de cada 10 personas han utilizado un servicio de streaming o de suscripción en el último mes*. Consultado el 15 de diciembre de 2022. <https://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2022/3/Comportamiento-en-linea-en-Cono-Sur-9-de-cada-10-personas-han-utilizado-un-servicio-de-streaming-o-de-suscripcion-en-el-ultimo-mes>
- Corrales, B. J. (2020). *Consumo audiovisual en Guayaquil antes y durante el confinamiento por la Covid-19. Estudio de los públicos de cine de 15 a 29 años: espacios, plataformas y canales de comunicación* [tesis de licenciatura no publicada, Universidad Casa Grande]. <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/2608/1/Tesis2781C ORc.pdf>
- Electrónica Básica. (s. f.). *¿Cómo funciona la TV por cable?* Consultado el 19 de diciembre de 2022. <https://electronica-basica.com/tv-por-cable/>
- Equipo editoria, Etecé. (2023, 23 de enero). *Historia de la Televisión*. ENCICLOPEDIA HUMANIDADES. <https://humanidades.com/historia-de-la-television/#:~:text=Origen%20de%20la%20televisi%C3%B3n,-La%20historia%20de&text=La%20primera%20experiencia%20televisiva%20exitosa,a%2014%20cuadros%20por%20segundo>
- García-Máiquez, E. (2019). *Exaltación del spoiler* [ponencia]. Museo Universidad de Navarra, España. <https://nuestrotempo.unav.edu/files/2019/10/702-ahora-bien.pdf>
- Gutiérrez, M. I., y Del Barrio, F. A. (2015). LOS ADOLESCENTES Y EL USO DE LA TELEVISIÓN. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(1), 133-144. <https://revista.infad.eu/index.php/IJODAEP/article/view/89>



- Gil, B. R. (2018). *¿POR QUÉ EL STREAMING SE LLEVÓ: cambios en los patrones de consumo de series y películas con la aparición de Netflix* [tesis de licenciatura no publicada, Universidad de San Andrés]. <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16602/1/%5BP%5D%5B%5D%20T.L.%20Com.%20Rodrigo%20Gil%20Buetto.pdf>
- Gómez, N. (2016). Publicidad: ética y manipulación al servicio de las organizaciones. *Sphera Public*, 2(16), 137-155.
- González, V. (2021). *Cuántos suscriptores tiene Netflix, HBO, Disney+, Apple TV+ y Amazon Prime Video*. GQ. <https://www.revistagq.com/noticias/articulo/cuantos-suscriptores-tiene-netflix-hbo-disney-apple-amazon-prime-video>
- Hinosoja, B. Y. (2018). *ESTUDIO DE LAS PLATAFORMAS DE STREAMING* [tesis de licenciatura no publicada, Universidad de Sevilla]. [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/87550/Estudio\\_de\\_las\\_plataformas\\_de\\_streaming.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/87550/Estudio_de_las_plataformas_de_streaming.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- History Channel Latinoamérica. (2022, 28 de junio). *Se transmite el primer anuncio televisivo de la historia*. History. <https://www.historyplay.tv/hoy-en-la-historia/se-transmite-el-primer-anuncio-televisivo-de-la-historia#:~:text=El%201%20de%20julio%20de,anuncio%20televisivo%20de%20la%20historia.>
- Higueras, R., Gómez, P., y Alberich, P. (2021). Productor ejecutivo-creativo de series de ficción en la industria televisiva española. *Cuadernos.Info*, (50), 227–248. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.50.27649>
- López, C. C., y Vega, L. F. (2016). *Desarrollo de aplicaciones para SMART TV* [tesis de ingeniería no publicada, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/620868/LOPEZ\\_CC-VEGA\\_LF.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/620868/LOPEZ_CC-VEGA_LF.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Lotz, A. (2014). *The Television Will Be Revolutionized*, Second Edition. New York: NYU Press
- Marcos, N. (2018, 29 de marzo). *¿Por qué ‘La Casa de Papel’ ha sido un inesperado éxito internacional?* Diario EL PAÍS. [https://elpais.com/cultura/2018/03/26/television/1522083264\\_215034.html](https://elpais.com/cultura/2018/03/26/television/1522083264_215034.html)
- Marín, P. B. (2021). Streaming: ventajas, desafíos y oportunidades de las radiotelevisión para captar audiencias. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 45-65. <http://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e85>
- Martínez, R. M. (2021). *FACTORES INFLUYENTES EN LA ACTITUD DEL CONSUMIDOR HACIA LAS PLATAFORMAS DE STREAMING* [tesis de marketing no publicada, Universidad del País Vasco]. [https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/55315/TFG\\_MarioMartinezRituerto.pdf?sequence=1articulo](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/55315/TFG_MarioMartinezRituerto.pdf?sequence=1articulo)





Martínez, S. M. (2021). *Análisis del comportamiento de elección de plataformas de Video Streaming en los usuarios de televisión paga en la ciudad de Guayaquil* [tesis de maestría no publicada, Universidad Católica Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16885/1/T-UCSG-POS-MMDE-11.pdf>

Morla, V. S. (2020). *Factores que inciden en televidentes guayaquileños para elegir televisión por cable o aplicaciones digitales* [tesis de licenciatura no publicada, Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19543/1/UPS-GT003061.pdf>

Páez, J. E. (2020). *El competido mercado de streaming de video. Estrategias de plataformas OTT para acceder a contenidos y usuarios*. DPL News AnalyTICs. <https://dplnews.com/wp-content/uploads/2020/08/dplnews-analytics-competido-mercado-streaming.pdf>

Poor, A. (2021, 27 de septiembre). *¿Qué es el streaming y cómo funciona?* Avast Academy. <https://www.avast.com/es-es/c-what-is-streaming>

Ramírez. I. (2017, 27 de noviembre). *¿Qué es un spoiler y cómo puedes protegerte de ellos?* Xataka <https://www.xataka.com/basics/que-es-un-spoiler-y-como-puedes-protegerte-de-ellos-en-internet>

Rodríguez Vázquez, P., y Ruiz Trujillo, A. (2005). La televisión: ¿caja tonta o caja mágica? Comunicar, núm. 25

Rufete, V. E. (2015). *Análisis del uso de estrategias de crecimiento en Netflix* [tesis fin de grado no publicada, Universidad Miguel Hernández]. <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/3756/1/RUFETE%20VICENTE%20EMMA%20LETICIA.pdf>

Santamaría, T., Bravo, F., Reinoso, L. G., y González, R. V. (2018). *ESTUDIO DE LA INFRAESTRUCTURA INFORMÁTICA PARA BRINDAR SOPORTE A UN SISTEMA DE STREAMING DE AUDIO Y VIDEO EN LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL* [tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional UG. <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v14n62/rc176218.pdf>

Solana. J., Tronel. L., Bueno. L., Orjuela. C. y De los Ríos. (2020). *Perspectivas sobre el cambio en los hábitos de entretenimiento de los colombianos* [presentación de diapositivas]. Slideshare. [https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es\\_co/topics/media-and-entertainment/cambios-en-habitos-de-entretenimiento-colombia.pdf](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_co/topics/media-and-entertainment/cambios-en-habitos-de-entretenimiento-colombia.pdf)

Tuñón. J. y Gambari. A. (2021). *Plataformas audiovisuales digitales: las grandes vencedoras de la pandemia*. OBS Business School. [https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/Informe%20Plataformas%20Digitales%20\(Tu%20c3%b1%20c3%b3n-Gambari\)%20final%20maquetaci%20c3%b3n%203.pdf](https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/Informe%20Plataformas%20Digitales%20(Tu%20c3%b1%20c3%b3n-Gambari)%20final%20maquetaci%20c3%b3n%203.pdf)





UNIVERSIDAD POLITÉCNICA

**SALESIANA**



Valero. C. (2022, 22 de noviembre). *Cable o WiFi: ¿Qué es mejor para conectar tu Smart TV a Internet?* AZ adsl zone. <https://www.adslzone.net/como-se-hace/smart-tv/conectar-smart-tv-internet/>

Verizon (s. f.). *Streaming*. Consultado el 11 de diciembre de 2022. <https://espanol.verizon.com/info/definitions/streaming/#:~:text=%C2%BFC%C3%B3mo%20funciona%20el%20streaming%3F,de%20ellos%20de%20forma%20simult%C3%A1nea>