

EDA

**CONSECUENCIAS DE LA LLEGADA DE
LAS PLATAFORMAS DE TV
EN STREAMING**

THE  BRIDGE

Índice

1- Plataformas

Netflix

Amazon

HBO

Disney+

2- Hipótesis

3- Datos

3.1- Abonados

3.2- Contenido de las plataformas

3.3- Consumo de TV en minutos

3.4- Plataformas convencionales Vs Streaming

3.5- Audiencias

3.6- Publicidad

4- Conclusiones

5- Herramientas Utilizadas

6- Bibliografía

1.- Plataformas

Han proliferado en estos años bastantes plataformas de TV vía streaming y casi todos estamos suscritos en al menos una de las plataformas.

Nos vamos a centrar en las más generalistas para poder analizar las consecuencias de la llegada de esta nueva forma de ver TV.

- Netflix*.

Se crea entorno a la década de los 2000 cómo un medio de suscripción de “alquiler” de contenido, pero de la forma más rudimentaria, envío de alquiler de películas vía correo ordinario.

De ese método tan rudimentario, llega a la TV por streaming en 2007 y en 2011 comienza la producción de su propio contenido.

En estos momentos estas son las cifras*:

- 1.860 millones de dólares en beneficios anuales
- 5 millones de suscriptores estimados en España
- 193 millones de suscriptores en todo el mundo

- AMAZON.

La historia de Amazon Prime Video comenzó en 2017.

Wikipedia:

“La política de [Play Store](#) fue la que impulsó esta idea de una app totalmente gratuita porque Google no permite que en su propia tienda de aplicaciones actúen apps con las mismas funciones, lo que hacía la "Underground" de Amazon.”

200 millones de suscriptores

- HBO.

HBO nace en el 2010 (HBO GO) por la necesidad de poner a disposición el contenido propio de la productora de contenido. HBO GO se convierte en HBO MAX en USA y en HBO en Europa.

140 millones de suscriptores

- Disney+.

Disney+ es la más joven de las plataformas, con un año y medio de vida. Esta plataforma agrega el contenido de Disney, MARVEL, FOX, MIRAMAX, PIXAR, STAR WARS, NATIONAL GEOGRAPHIC.

100 millones de suscriptores

2.- HIPOTESIS

Con este EDA queremos ver hasta qué punto se han podido ver afectadas otros sectores con la llegada de las plataformas de streaming.

Podemos lanzar varias hipótesis que luego veremos cómo desarrollar.

- ¿Se han visto afectados los ratings de audiencias de las TV convencionales?
- ¿Se han visto afectados las inversiones en publicidad en las TV?
- ¿Ha aumentado o disminuido el tiempo que estamos enfrente a la TV?
- ¿Han aumentado de una forma significativa el número de usuarios en España?
- ¿Se ha producido un boom en las producciones de estas plataformas?
- ¿Las plataformas han supuesto un acceso a producciones antes inaccesibles?

Estas cuestiones veremos cómo vamos analizándolas.

3.- LOS DATOS

Comenzamos con los datos.

3.1- Abonados:

Las plataformas han tenido un aumento de abonados bastante importante y más acuciado en lo más duro de la pandemia.

3.2- Contenido de las plataformas:

Cualquiera de las plataformas son un generador de contenido muy importante, otra cosa es que la calidad de sus producciones sea el de una producción al uso. Las plataformas, en su conjunto, tienen en su catálogo casi 22.000 producciones entre Series y Películas, en una menor medida documentales o realities.

3.3- Consumo de TV en minutos:

También veremos cómo ha aumentado la cantidad de minutos de TV que consumimos al día, podremos ver cómo se han modificado estos hábitos durante la pandemia.

3.4- Plataformas convencionales Vs Streaming:

Queremos analizar cómo ha evolucionado las plataformas de TV convencionales (TV por cable y TV vía Satélite) con respecto a las plataformas vía Streaming.

3.5- Audiencias:

Veremos cómo ha cambiado las audiencias de las TVs convencionales y si hay algún cambio de Share, con un punto de referencia que es 2015, siendo un año en el que ya convivían las plataformas de TV pero todavía no tenían el gran auge que vino después. Ese Share lo compararemos con el Share del 2020, cuando las plataformas tuvieron su gran auge y los minutos de TV estuvieron en lo más alto debido a la pandemia.

3.6- Publicidad:

EL otro punto que revisaremos es el de la inversión publicitaria en TV, la variación que ha tenido y si realmente ha sufrido debido al aumento del consumo y abonados de las plataformas vía Streaming.

Lo compararemos con años anteriores y con periodos concretos para ver el aumento o descenso de la inversión publicitaria en TV. Confirmaremos los niveles de descenso de la publicidad.

4.- Conclusiones

Podremos sacar una conclusión principal, las plataformas han llegado para quedarse, eso es indiscutible, aunque haya otros sectores que se han visto afectados.

El sector que más se ha visto afectado es el de la TV convencional ya que sobreviven gracias a la publicidad y debido a la bajada de audiencia se ha invertido menos en publicidad en la TV convencional.

Gracias a las plataformas de TV en Streaming y a los contenidos ya sean propios o no, se ha logrado que una serie coreana sea la más vista en Netflix España desde hace casi un mes. Antes de la llegada de estas plataformas no podríamos ni imaginar ver una serie coreana, ningún “buscador” de contenidos de los grandes canales de TV se hubiera planteado comprar los derechos para emitirla en TV.

A mi manera de ver, las plataformas de TV han venido para dar más calidad a los minutos de TV que consumimos, nos hemos olvidado de tiempo interminable de publicidad, aunque eso haya sido en detrimento del sector publicitario. Ahora vemos lo que queremos ver, cuando lo “podemos” ver y si no nos gusta, le damos al stop y lo eliminamos de nuestra vista.

5.- Herramientas utilizadas

Para este EDA hemos utilizado las siguientes herramientas:

- Librería Pandas
- Librería Matplotlib con sus gráficos
- Gráficas Seaborn
- Gráficas Plotly

Bibliografía

Historia de Netflix: <https://www.giztele.com/la-historia-de-netflix/>

Datos Netflix: <https://forbes.es/empresas/76340/netflix-en-cifras/>

Datos de los suscriptores: <https://www.revistagq.com/noticias/articulo/cuantos-suscriptores-tiene-netflix-hbo-disney-apple-amazon-prime-video>