

Informe series.ly 2015

El nuevo modelo de consumo audiovisual en Internet

- El 42% de los usuarios creen que la forma más justa para ver series y películas a través de Internet es la reproducción gratuita soportando anuncios publicitarios, según un estudio realizado por Series.ly
- La información sobre hábitos de consumo y preferencias de los usuarios de series.ly constata la insuficiente oferta del mercado audiovisual español
- Series.ly propone abrir el diálogo con los agentes de la industria de la distribución de contenidos y la administración para unir fuerzas y colaborar en el desarrollo de un nuevo modelo de oferta audiovisual
- Series.ly es actualmente el principal proveedor de visitas de plataformas de Video on Demand existentes en España, como Wuaki.tv, Filmin.es, Nubeox.com, Atresplayer.com o Mitele.es
- La conocida red social seguirá cumpliendo con la legalidad y se adaptará a la reforma de la nueva Ley de Propiedad Intelectual aprobada por el Partido Popular, aunque no comparte ni el fondo ni la forma de la misma
- Series.ly es una start-up española basada en la innovación que genera empleo y que está al corriente de todas sus obligaciones legales y tributarias
- La misión de series.ly ha sido y seguirá siendo la de aportar soluciones al mercado audiovisual mediante la innovación

Barcelona, diciembre de 2014 - Series.ly es una de las redes sociales más visitadas de España. Cuenta con una comunidad de más de 5.000.000 de usuarios registrados que utilizan esta herramienta social para organizar y compartir sus series, películas, programas de televisión y documentales favoritos. Actualmente cuenta con un catálogo de 24.715 fichas de series, 175.224 de películas, 23.679 de documentales y 4.833 de programas de televisión, todas ellas añadidas por su base de usuarios. Su comunidad ha escrito más de 13 millones de críticas, ha recomendado más de 5 millones de veces contenidos a contactos, y ha marcado más de 630 millones de contenidos como vistos, pendientes o favoritos. Desde su nacimiento apostó por la innovación tecnológica para aportar soluciones a la distribución de contenidos audiovisuales en Internet, facilitando a su comunidad herramientas colaborativas para generar una de las mayores bases de datos de fichas audiovisuales existentes a día de hoy en Internet.

Series.ly permite que los usuarios creen fichas, gestionen sus contenidos favoritos y aporten críticas y comentarios a sus series, películas y programas de televisión. También permite que aporten enlaces para que otros usuarios puedan encontrar dichos contenidos en Internet.

¿Qué beneficios aporta series.ly a la industria?

Series.ly ha participado de una manera decisiva en la promoción de la oferta de contenidos audiovisuales, tanto de producción española como internacional. Desde 2011 promociona desde su web y sus canales sociales, donde tiene más de 500.000 seguidores, todo tipo de contenidos como películas, series, programas de televisión y documentales.

La conocida red social también ha participado de una manera decisiva en la difusión de la serie como producto de entretenimiento, generando una demanda hacia este tipo de contenidos que sus propietarios pueden capitalizar.

Hasta la fecha, series.ly ha alimentado con visitas de una manera decisiva a todos los agentes que han ido apareciendo con una oferta de contenidos con derechos durante los últimos años en España, agregando toda la oferta disponible en beneficio de su comunidad.

Series.ly lleva 4 años destacando los enlaces de plataformas como [Wuaki.tv](#), [Filmin.es](#), [Nubeox.com](#), [Atresplayer.com](#) o [Mitele.es](#), generando visitas y promocionando gratuitamente a todas las fuentes que proporciona la industria audiovisual en España para que su comunidad pueda acceder a estos contenidos. Durante este tiempo, ha atendido puntualmente a las 132 peticiones de retirada de contenidos por infracción de derechos de distribución que ha recibido desde que existe, retirando más de 12.000 enlaces e incluso bloqueando la subida de enlaces a contenidos para los que actualmente no existe ningún tipo de oferta en España. Series.ly nunca ha alojado en sus servidores ningún contenido audiovisual.

También ha promocionado de una manera activa contenidos de producción local, creando por ejemplo una [comunidad de webseries](#), que reúne a los más relevantes creadores de este tipo de contenidos, y dando a conocer su obra mediante todos los canales a su alcance.

Series.ly es una herramienta colaborativa eficaz para agregar y facilitar el acceso a contenidos audiovisuales. Durante los últimos 12 meses, series.ly ha dirigido 19.478.623 de visitas (por las que no ha percibido ingresos) a las siguientes plataformas, **representando en varios casos más del 50% del tráfico que éstas han recibido de fuentes externas:**

Plataforma	Propiedad	Visitas procedentes de series.ly durante los últimos 12 meses	Relación tráfico aportado*
	Google Inc. http://es.wikipedia.org/wiki/Google_Play	63.004	Sin datos en España
iTunes	Apple Inc. http://es.wikipedia.org/wiki/iTunes	1.614.727	Sin datos en España
	Rakuten, Inc. http://es.wikipedia.org/wiki/Rakuten	2.382.197	http://www.similarweb.com/website/es.wuaki.tv
	Comunidad Filmin, S.L. http://es.wikipedia.org/wiki/Filmin	3.140.551	http://www.similarweb.com/website/filmin.es
	Atresmedia Corporación http://es.wikipedia.org/wiki/Atresmedia_Corporaci%C3%B3n	2.283.762	http://www.similarweb.com/website/nubeox.com
	Telefónica http://es.wikipedia.org/wiki/Canal%2B_(plataforma_sat%C3%A9lite)	273.079 (desde junio 2014)	http://www.similarweb.com/website/yomvi.plus.es
	Mediaset http://es.wikipedia.org/wiki/Mediaset	3.212.369	http://www.similarweb.com/website/mitele.es
	Mediaset http://es.wikipedia.org/wiki/Mediaset	667.348	http://www.similarweb.com/website/telecinco.es
	Atresmedia Corporación http://es.wikipedia.org/wiki/Atresmedia_Corporaci%C3%B3n	1.485.152	http://www.similarweb.com/website/atresplayer.com
	Atresmedia Corporación http://es.wikipedia.org/wiki/Atresmedia_Corporaci%C3%B3n	407.544	http://www.similarweb.com/website/antena3.com
	Corporación de Radio y Televisión Española http://es.wikipedia.org/wiki/RTVE	1.256.304	http://www.similarweb.com/website/rtve.es
	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	310.896	http://www.similarweb.com/website/tv3.cat
	Capsule Multimedia Corporation, S.L.	2.442.139	http://www.similarweb.com/website/tviso.com
	EGEDA http://es.wikipedia.org/wiki/Filmotech	13.300	http://www.similarweb.com/website/filmotech.com

*Fuente: <http://similarweb.com>, ver "Top referring sites", donde aparecen las páginas web de procedencia de las visitas, excluyendo las generadas por buscadores.

Series.ly también ha realizado durante los últimos dos años varios estudios para averiguar cuál es la oferta que demanda el usuario de Internet y qué modalidades de transacción preferiría para consumir sus series, películas, programas y documentales favoritos.

Hoy series.ly pone a disposición de la industria y del público en general los resultados de uno de estos estudios, que ofrece información relevante sobre las preferencias de los usuarios, que son, a fin de cuentas, los clientes que consumen los productos que distribuye la industria audiovisual.

El estudio fue realizado con la colaboración de Netquest y Twomuch durante los meses de julio y agosto de 2014: <https://docs.google.com/file/d/0B5-uBsIK97MIOUNZejR3YkxWd2c/edit>

Principales conclusiones del estudio de mercado de series.ly

Series.ly hace público con este informe un estudio de mercado que realizó sobre una base de 9.903 entrevistas de una duración de 10 minutos aproximados, que dan algunas de las claves de lo que quiere su comunidad en cuanto a plataforma y contenidos:

- El 99% de los usuarios encuestados se conectan al menos una vez por semana para ver contenidos audiovisuales a la carta.
- Dedicar de media una hora al día para ver capítulos de series y películas.
- Un 58% consumen contenidos en pareja, mientras que un 21% con familiares y un 18% con amigos.
- La franja estrella es la noche, principalmente de 21 a 1h, y se conectan utilizando todo tipo de dispositivos. Un 77% se conecta con ordenador portátil, un 78% con smartphone, un 48% utiliza ordenador de sobremesa y un 45% mediante tablet.
- Los usuarios demandan principalmente calidad de imagen y de sonido, disponibilidad de contenidos en versión original con subtítulos y un sistema que les proporcione recomendaciones de amigos para poder elegir el contenido a ver.
- Cuando llega el momento de decidir qué ver, los usuarios tienden a valorar más los comentarios de usuarios que ya han visualizado contenidos que la relevancia que éstos tengan en los medios de comunicación.
- El 42% de los usuarios creen que la forma más justa para ver series y películas a través de Internet es la reproducción gratuita soportando anuncios publicitarios.
- Por otro lado, el 17% considera que la mejor opción es la suscripción, con pago mensual por el alquiler en tarifa plana.
- El 32% de los usuarios considera que 10 euros es el precio que estarían dispuestos a pagar por un abono mensual, aunque la mayoría coincide en que la oferta actualmente existente no es lo suficientemente amplia.
- El 92% de los usuarios ha comprado productos por Internet, un 40% han pagado algún servicio para ver contenidos audiovisuales y un 4% ya están abonados o pagando por utilizar videoclubs online.

¿Qué contenidos demanda el consumidor?

Desde que se inició el proyecto series.ly, la oferta de contenidos de Video on Demand en España ha ido aumentando progresivamente, aunque se muestra aún insuficiente. Series.ly pone a disposición de la industria los 50 contenidos más seguidos y toda la información de la que dispone en términos de preferencias del consumidor con el objetivo de mejorar la oferta actual y el servicio que recibe el usuario:

#	Título	Seguidores	Puntuación	#	Título	Seguidores	Puntuación
1	Juego de Tronos	993.773	9,3	26	Gru, mi villano favorito 2	418.452	8,2
2	Breaking Bad	821.627	9,3	27	El lado bueno de las cosas	436.578	7,5
3	Cómo conocí a vuestra madre	811.664	8,9	28	Gru, mi villano favorito	358.493	8,3
4	The Big Bang Theory	806.956	9,1	29	Maléfica	411.360	7,8
5	The Walking Dead	750.477	8,7	30	Érase una vez (Once upon a time)	312.660	8,4
6	Los Juegos del Hambre	647.185	8	31	Harry Potter y las Reliquias de la Muerte: Parte 2	309.214	8,5
7	Ocho apellidos vascos	832.567	7,9	32	V de Vendetta	295.014	8,7
8	Modern Family	543.230	8,9	33	Monstruos University	344.737	7,8
9	El lobo de Wall Street	644.235	8,1	34	Divergente	380.420	7,8
10	Los Juegos del Hambre: En llamas	509.534	8,3	35	El caballero oscuro: La leyenda renace	326.409	8,5
11	El Hobbit: Un viaje inesperado	456.717	8,3	36	300: El origen de un imperio	395.328	7,2
12	Intocable	479.510	9	37	El club de la lucha	285.541	8,7
13	Los Vengadores	428.600	8,2	38	American Horror Story	276.379	8,6
14	Django desencadenado	417.908	8,4	39	Homeland	352.425	8,5
15	Guerra Mundial Z (World War Z)	435.079	7,4	40	Crónicas vampíricas	266.135	8,8
16	Arrow	372.286	8,5	41	El señor de los anillos: La comunidad del anillo	250.828	8,8
17	Ahora me ves...	415.393	8,1	42	3 bodas de más	415.925	7,2
18	El Hobbit: La desolación de Smaug	386.610	8,3	43	Project X	348.395	7,7
19	Origen	371.335	8,6	44	In Time	251.836	7,7
20	Frozen: El reino del hielo	378.740	8,2	45	Dexter	272.536	8,9
21	Pequeñas mentirosas	330.771	8,7	46	Somos los Miller	318.396	7,6
22	Castle	338.694	9	47	Iron Man 3	280.520	7,9
23	Avatar	302.079	8,3	48	Los Simpson	258.636	9,3
24	Vikings	346.415	8,8	49	El señor de los anillos: El retorno del rey	227.797	9
25	Ted	449.251	6,8	50	Lo imposible	386.203	7,9

*Muestra de los contenidos más marcados como vistos durante el último mes en <http://series.ly>

Aunque la oferta de contenidos sigue ampliándose, conviene destacar que una gran parte de los contenidos demandados -muchos de los cuales se emiten en abierto en sus países de origen- aún no se pueden ver a través de Internet ni en abierto ni bajo suscripción en España.

En concreto, sólo un 40% de los capítulos de las series más demandadas por los consumidores están siendo distribuidos por la industria audiovisual en España. A modo de ejemplo, Juego de Tronos, que es la serie más seguida por los usuarios de series.ly, solamente se ofrece en streaming por Yomvi (el servicio de *video on demand* de Canal+), que dispone a la carta solamente de los últimos 5 capítulos de la cuarta temporada. Teniendo en cuenta la serialidad de este tipo de contenidos resulta lógico pensar que los consumidores buscarán la manera de llegar a los capítulos restantes.

Una start-up del sector Internet basada en la innovación

Series.ly emplea a más de 10 trabajadores, principalmente técnicos para el desarrollo y mantenimiento de la plataforma. **Como empresa está al corriente de absolutamente todas sus obligaciones legales y tributarias.** Tal y como especifican sus [condiciones legales](#), también tiene registrado en la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) el fichero de la base de datos, y respeta la recién aprobada legislación en materia de [cookies](#).

El modelo de negocio de la empresa, como tantas otras empresas del sector Internet, es la comercialización de espacios publicitarios. **Todos los ingresos obtenidos mediante la actividad de la empresa, iniciada el año 2011, han sido reinvertidos en mejorar el producto y en ampliar el equipo de desarrollo del proyecto.**

La misión de series.ly es aportar soluciones al mercado audiovisual mediante la innovación. En concreto, uno de los objetivos de series.ly es fomentar la creciente oferta de contenidos con derechos y aportar una herramienta de agregación y recomendación social de la oferta que permita dar visibilidad y generar negocio a todos los que están apostando por la transformación del sector audiovisual. Todo esto proponiendo cambios en el actual modelo.

Series.ly se adaptará a la reforma de la LPI

La reforma de la Ley de Propiedad Intelectual [que aprobó el Partido Popular el pasado 4 de noviembre](#), entre otras medidas propone la persecución de webs que “ofrezcan listados ordenados y clasificados de enlaces [...] con independencia de que dichos enlaces puedan ser proporcionados inicialmente por los destinatarios del servicio”, estableciendo sanciones que pueden llegar a los 600.000 euros. El ejecutivo también está trabajando en una reforma del código penal que convertiría estas infracciones en delito penal, con penas que podrían llegar a los 6 años de cárcel.

La Ley está redactada desde el desconocimiento de Internet, un medio de comunicación que está reconfigurando profundamente el acceso a la información y la relación entre la industria y el consumidor. El enlace es la pieza sobre la que se fundamenta la red, y la ley prevé criminalizarlo a la vez que da herramientas a proveedores de servicio para poder interrumpir el acceso a determinadas páginas web. La ley excluye explícitamente de cualquier responsabilidad a los buscadores, aunque estos son las principales páginas que enlazan a contenidos sin derechos.

Internet es una gran oportunidad de negocio para cualquier productor o distribuidor de contenidos, ya que permite escalar la base de potenciales clientes al tiempo que reduce dramáticamente el coste marginal de distribución. Series.ly se adaptará para respetar los cambios legislativos aprobados por el Congreso, aunque no comparte ni el fondo ni la forma.

Series.ly considera que la actual reforma de la LPI que entrará en vigor en enero de 2015 no conseguirá el objetivo que persigue.

Series.ly propone iniciar un diálogo con la industria y la administración

El modelo de distribución aún vigente que aplican algunas de las empresas destacadas de este sector no tiene en cuenta una serie de nuevas circunstancias, como que las audiencias tienden a ser globales y que las ventanas de distribución de películas, series y otros contenidos audiovisuales -basadas en crear escasez- chocan frontalmente contra el modelo colaborativo de Internet, que permite compartir a tiempo real todo tipo de información.

Las operadoras ofrecen cada día conexiones a Internet más rápidas y los fabricantes electrónicos llevan años comercializando dispositivos de almacenaje y reproducción audiovisual doméstica cada vez más avanzados. El reto que debe afrontar el sector es cómo aprovechar este nuevo entorno para generar nuevos modelos de negocio que permitan financiar las producciones que el público demanda.

La experiencia que se puede extraer de otros mercados enseña que los consumidores utilizarán Internet para encontrar los contenidos que quieran ver, independientemente de los marcos legislativos locales o de la oferta existente, **con lo que la reforma de la LPI no resuelve el problema.**

La solución ya no está sólo en manos de la industria, sino también de los consumidores. Puesto que estamos hablando de productos culturales, creados para ser difundidos, series.ly considera que la mejor manera de explotarlos es facilitar su acceso mediante herramientas fáciles de utilizar, que tengan un precio competitivo y que se adapten a lo que demanda el consumidor.

Series.ly propone establecer una plataforma de diálogo entre el consumidor, la industria y la administración para desarrollar modelos de futuro que respondan a los retos actuales y pone a disposición de esta plataforma los conocimientos y experiencia adquirida durante más de 4 años gestionando la mayor red social española de consumidores de productos audiovisuales.

La manera de acabar con el consumo de contenidos sin derechos de propiedad o distribución es desarrollando herramientas innovadoras, consolidando una oferta amplia, de calidad, fácil de consumir, con precios competitivos y una única ventana de distribución: la global.