



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

# **EL FUTURO DE LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO EN UN ENTORNO MULTIPLATAFORMA**

Clave: 202012281

MADRID | septiembre de 2025

## 1. Introducción

En este trabajo se aborda la evolución de la industria del entretenimiento en un contexto que denominamos entorno multiplataforma. Con este término nos referimos a aquellas plataformas de streaming que integran diferentes formatos de contenido en un mismo servicio digital, en este trabajo lo acotaremos a cine, series, videojuegos y deportes en directo. Se trata de una tendencia incipiente pero cada vez más visible: Netflix, tradicionalmente líder en películas y series, ha comenzado a incluir videojuegos descargables y eventos deportivos en directo, mientras que plataformas como DAZN, inicialmente centradas en retransmisiones deportivas, han ampliado su oferta con documentales y contenidos de producción propia relacionados con el deporte. La acotación a estos cuatro sectores responde a que son los que actualmente muestran un mayor grado de convergencia y, a la vez, mantienen un peso relevante en el consumo cultural global.

El análisis de este fenómeno resulta relevante tanto académica como profesionalmente. Por un lado, incluye un debate más amplio sobre la transformación del cine, especialmente tras la pandemia, que puso en cuestión la viabilidad del modelo tradicional basado en las salas. Por otro, las plataformas digitales han convertido los datos de consumo en su principal activo: la personalización algorítmica permite recomendar contenidos que prolongan las horas de visualización y, con ello, incrementan el valor publicitario y la capacidad de monetización del usuario. A diferencia de otros sectores, el entretenimiento captura una dimensión íntima del consumidor: sus elecciones de ocio en el tiempo libre, que reflejan de manera más auténtica sus gustos y preferencias. Este espacio se convierte en un terreno especialmente atractivo para las estrategias comerciales. La importancia de este fenómeno queda reflejada también en la investigación académica reciente. Un análisis bibliométrico de Li et al. (2025) muestra que el concepto de convergencia de medios ha ido ganando presencia en distintos estudios durante las dos últimas décadas, con especial atención a la integración entre medios digitales, streaming y videojuegos. Para la industria deportiva, KPMG (2023) estima que los aficionados españoles gastaron en 2022 alrededor de 827 millones de euros en televisión de pago vinculada al fútbol profesional, con 9,1 millones de abonados a plataformas como Movistar TV y Orange. Estos datos ilustran el peso que tienen los

derechos de retransmisión como fuente de financiación central en la industria del entretenimiento.

El enfoque de este trabajo combina una revisión de la literatura académica con un análisis aplicado de tendencias y casos actuales. Además de la búsqueda y contraste de fuentes, se incorporará una entrevista con José María Moreno, director general de la Asociación Española de Videojuegos, que permitirá aportar una visión práctica del sector. Asimismo, se contrastarán los resultados con los datos que ofrecen las principales plataformas de streaming, poniendo especial atención en la convergencia entre distintos tipos de contenidos, la correlación de esta integración con los patrones de consumo y los estudios existentes al respecto.

## 2. Objetivos

- **Objetivo principal:**

**Analizar si el futuro de la industria del entretenimiento pasa por la consolidación de plataformas que integren distintos tipos de contenidos (cine, series, videojuegos y deportes en directo) en un único servicio digital.**

Este objetivo permite comprobar hasta qué punto la convergencia de formatos constituye una tendencia estructural del sector y si puede considerarse el modelo dominante frente a otros esquemas de distribución más tradicionales. Asimismo, se estudiará la rentabilidad de este modelo tanto desde la perspectiva de los anunciantes como en comparación con otros entornos, como las redes sociales, y se analizará la importancia de los datos de los usuarios como recurso clave para las plataformas. El análisis también contemplará la convergencia de públicos y perfiles de usuario, considerando la posibilidad de que distintos “buyer persona” encuentren en una misma plataforma sus principales preferencias de ocio.

- **Objetivos secundarios (OSx):**

- **OS0. Contextualizar el origen y evolución del concepto de convergencia digital en la industria del entretenimiento:**

Se realizará una revisión del marco teórico para definir los conceptos clave y analizar su evolución desde la expansión de internet y las tecnologías móviles. El objetivo es comprender en qué contexto surge la actual

tendencia hacia la integración de distintos formatos de contenido y por qué se considera un cambio estructural dentro de la industria del entretenimiento.

- **OS1. Evaluar la rentabilidad actual del modelo de salas de cine y su compatibilidad con los estrenos simultáneos en plataformas digitales:**

Se tomará como ejemplo el modelo de Disney, que combina estrenos en salas con lanzamientos en Disney+ bajo acceso premium. El objetivo es analizar si las salas responden a una preferencia real del público o si esta depende más de factores económicos, y hasta qué punto determinados géneros o producciones siguen justificando para el espectador la experiencia en gran pantalla frente al consumo doméstico.

- **OS2. Analizar el impacto de las fusiones y adquisiciones en la industria del entretenimiento:**

Se estudiarán casos como la integración de Marvel, Lucasfilm o Star en Disney, o la reciente fusión de Paramount con Skydance, con el fin de evaluar su impacto estratégico en la consolidación de catálogos y comunidades de usuarios. Más allá de los efectos financieros, se explorará cómo estas operaciones han influido en la migración de audiencias y en la percepción de valor de las plataformas.

- **OS3. Estudiar el modelo de producción intensiva de contenidos en plantilla:**

Se abordará la estrategia de producción masiva de series y películas originales con el objetivo de ampliar catálogo, valorando su eficacia tanto en la captación de suscriptores como en la generación de éxitos inesperados. También se analizará la sostenibilidad de este modelo para productores y equipos creativos frente al tradicional sistema de grandes producciones con ciclos más largos.

- **OS4. Explorar el potencial de crecimiento de la industria del videojuego en un contexto multiplataforma:**

El análisis considerará cómo la reducción de barreras de entrada, gracias al juego en dispositivos móviles y al “cloud gaming”, puede abrir nuevas oportunidades de consumo masivo. Se valorará si las plataformas de streaming pueden llegar a competir con espacios consolidados como App Store o Google Play, y si se abre una categoría intermedia de videojuegos “premium” accesibles sin necesidad de consolas de alto coste.

○ **OS5. Examinar la sostenibilidad del modelo actual de cesión exclusiva de derechos de retransmisión deportiva:**

Se explorará hasta qué punto conviene a ligas y competiciones mantener la exclusividad en pocas manos o abrir la oferta a varias plataformas en paralelo. Se valorarán posibles beneficios para el consumidor y efectos en la competencia, así como el impacto que una liberalización de derechos podría tener en la lucha contra la piratería. También se estudiará si la inclusión de contenidos deportivos en plataformas generalistas como Netflix aumentaría realmente el valor percibido o, por el contrario, desplazaría ingresos sin generar un crecimiento neto en la industria.

### **3. Metodología**

Este trabajo adoptará un enfoque deductivo, cualitativo y analítico. La hipótesis de partida, que el futuro de la industria del entretenimiento se dirige hacia la consolidación de plataformas que integren cine, series, videojuegos y deportes en directo, se contrastará a través de distintas fuentes de información y técnicas de análisis.

En primer lugar, se llevará a cabo una revisión bibliográfica de literatura académica y de informes especializados sobre la transformación del consumo audiovisual, la explotación de datos de cliente y la convergencia de contenidos en el sector del entretenimiento.

En segundo lugar, se incorporará un componente empírico mediante entrevistas. Está confirmada una entrevista con José María Moreno, director general de la Asociación Española de Videojuegos, y se prevé la posibilidad de realizar otra en el ámbito del deporte en directo. Estas aportaciones permitirán confrontar la hipótesis con la visión de profesionales del sector.

Por último, se integrarán los hallazgos de las fuentes académicas, los informes sectoriales y las entrevistas para extraer conclusiones propias en relación con los objetivos planteados, valorando en qué medida los datos disponibles apoyan o cuestionan la hipótesis inicial.

#### 4. Índice Provisional

1. Introducción (presentación, objetivos y desarrollo).
2. Marco teórico (conceptos sobre multiplataforma, industria del entretenimiento, convergencia digital).
3. Industria del cine en un entorno multiplataforma.
4. Industria de los videojuegos en un entorno multiplataforma.
5. Industria del deporte en directo en un entorno multiplataforma.
6. Análisis comparado y escenarios futuros.
7. Conclusiones.

**Comentado [b1]:** Debe haber al menos un objetivo secundario que corresponda a este capítulo.

#### 5. Bibliografía Inicial

### Bibliografía

- Chen, X. (2024). Impact of the Internet on entertainment media industries: The double effects of Metcalfe and McLuhan. *Information Services & Use*, 93-105. doi:10.3233/ISU-230188
- Gómez, D. C., & Miguel, A. G. (2023). Patrones de consumo y entretenimiento digital juvenil: Una mirada sociológica. *Teknokultura: Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 251-260. doi:https://doi.org/10.5209/tekn.84855
- KEARNEY. (2025). *The livestreaming entertainment revolution: What's at stake?* Obtenido de <https://shorturl.at/KR1Ed>
- KPMG. (2023). *Impacto socio-económico del fútbol profesional en España*. Obtenido de <https://shorturl.at/AZgql>
- Li, C., Ali, M. N., Rizal, A. R., & Xu, J. (2024). A Bibliometric Analysis of Media Convergence in the Twenty-first Century: Current Status, Hotspots, and Trends. *RedFame*. doi:10.11114/smc.v13i1.7236
- SIGMADOS; AEVI. (2025). *Estudio sobre el Consumo de Videojuegos entre la población adulta española y en familia (que juega)*. Obtenido de <https://shorturl.at/6OeLH>

