Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



# IMPULSO A LA DIGITALIZACIÓN DE LAS PYMES Y APOYO LA IMAGEN DE MARCA DE LA REGION

# StreamingConnect S.L

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



Enero, 13 de Marzo 2022

Le presentamos nuestra propuesta para la implementación de un sistema para el impulso a la trans formación digital de la PYME, apoyando la IMR (Imagen de Marca de la región), basado en un sistema de promoción de una guía audiovisual que muestra los lugares, actividades, cultura, productos y servicios que ofrece y contiene la región, con difusión internacional basada en sistemas OTT.

Esta propuesta permitirá la proyección de la Imagen de Marca de cada elemento cultural y territorial así como cada producto y servicio actual o potencial de cada municipio, sin límite ni restricción en la distribución de los mismos a nivel nacional e internacional a través:

- 1.- Redes públicas y privada IP: hacia cualquier dispositivo IP como pc´s dispositivos celulares, móviles e inalámbricos, sistemas IPTV, sistemas OTT, set top boxes, SmarTV, pltaformas de distribución como ROKU y Google
- 2.- Como contribución Broadcasting para Televisiones publicas y privadas, cableoperadores y sistemas satelitales de difusión entre otros.

# "CONECTA CON LA REGIÓN"

Este proyecto pone disposición todo el potencial tecnológico y la experiencia de nuestra empresa para impulsar el gran potencial de LA REGIÓN. Esto implica la implementación de tecnológicas requeridas para adecuar dicho potencial a las nuevas realidades de difusión y comercialización, las cuales se basan en las acciones para la marca o Branding y las acciones que conllevan a la venta o Performance digital.

Esta motivación implica un trabajo metodológico, el cual se basa en la comparación objetiva del impacto audiovisual. El éxito no radica sólo en las visualizaciones o audiencia a través de canales como Youtube u otro medio, sino en el impacto del contenido, el cual se convierte en forma directa e indirecta en riqueza, debido a que la audiencia es activa, lo busca, lo demanda para consumirlo, convirtiéndose en el medio más eficaz para recolectar (CRM) y fidelizar dicha audiencia.

Se requiere de una estrategia de comunicación idónea para difundir lo que cada municipio contiene y ofrece, su cultura, geografía, los productos y servicios locales, convirtiéndose en un objetivo maximizar los beneficios a la población local, contribuyendo a la valorización del valor natural y cultural de cada destino así como la generación de experiencias positivas basadas en el contacto con el territorio y la población local para una mayor comprensión de los aspectos sociales, culturales y ambientales que configuran la identidad con la REGIÓN. Esta estrategia sirve así, como ente de conexión entre los habitantes de cada municipio y los interesados en lo que estos ofrecen y contienen, lo cual globaliza la oferta.

#### StreamingConnect S.L.

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



Toda Política de Acción Comunicativa requiere de un instrumento estable y sostenible que permita vender las potencialidades presentes y futuras. Identificar al foráneo con la identidad local permite la atracción de capital y la generación de riqueza de múltiples formas como la venta de los productos y servicios. Sectores tan diversos como el Industrial, el Turístico, Salud o el Educativo se ven ampliamente beneficiados a la vez que existe una adhesión de los ciudadanos como algo permanente. La internacionalización de la IMR con una estrategia comunicativa que venda a cada municipio a través de la coordinación de un plan estratégico de comunicación que permita el Branding y el Performance de la Marca de LA REGIÓN, es un requerimiento inmediato y puede representar un punto de inflexión en la estrategia comunicativa.



#### StreamingConnect S.L

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



La estrategia de difusión servirá como medio de CONEXIÓN a través de los sistemas de promoción y difusión, que permiten mejorar la competitividad, competencia y resiliencia del tejido empresarial así como el fomento, modernización y digitalización del sector audiovisual, impulsando la transformación digital y, por consiguiente, también el de nuestra economía. Ofreciendo a las pequeñas empresas españolas y microempresas, niveles de digitalización de la Unión Europea con 100% de contribución digital.

El objetivo es fortalecer la marca de LA REGIÓN porque :

"CONECTAMOS CON LA REGIÓN".

# **GUION Y CATALOGO AUDIOVISUAL**

#### **MATRIZ CREATIVA:**

Se impulsa a través de un guion de televisión un CATÁLOGO AUDIOVISUAL que promueve la Imagen de Marca de personas, empresas, regiones o Países así como de cada uno de los productos o servicios que esta ofrece y contiene.

Como objetivo se implementan esquemas conceptuales que permitan modelar el acontecer de cada imagen de marca, en un dominio de internet determinado a través de una organización ontológica que permite su relación en forma mucho más amplia que los tradicionales catálogos, generando un catálogo audiovisual a la carta a través de herramientas como webtv y videos en googlemaps, maximizando de esta forma la información que una marca genera.

# "ES UNA FERIA VIRTUAL POR TELEVISION E INTERNET QUE CONECTA CON LA MARCA"

Esto implica la implementación tecnológica a través de un guion técnico basado en sistema tecnológico diseñado para tal fin denominado **BROADCAST MANAGEMENT SERVICE OTT** 

# StreamingConnect S.L

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



El guion auto narrativo se convierte en la forma idónea para difundir los productos y servicios de cada marca, convirtiéndose en un objetivo maximizar los beneficios, contribuyendo a la valorización del valor natural y cultural de cada marca así como la generación de experiencias positivas basadas en el contacto directos con la misma y una mayor comprensión de todos los aspectos que configuran la identidad de la misma. La internacionalización de canales audiovisuales orientado a productos y servicios específicos a través de internet es un requerimiento inmediato y puede representar un punto de inflexión en la estrategia comunicativa.

Se compone de una guía audiovisual a modo de catálogo televisivo de los productos y servicios de cada Marca alrededor de un sector específico que conecte al consumidor, donde el protagonista es la marca en sí misma junto con el 66666666666666666666creador del producto o servicio que la envuelve.

Principalmente se transmiten valores, emociones, formas de pensamiento y elementos que conectan en forma única, generando las historias de cada producto y servicio presentado en conjunto con las historias de cada empresa, logrando notoriedad y afinidad de la empresa con su público objetico. Esta historia de la marca hace que las personas sientan de una determinada manera recibiendo el mensaje de forma óptima.

#### Particularidades:

La implementación de esquemas conceptuales que nos permiten modelar los datos en un dominio determinado a través de una organización ontológica que permite su relación en forma mucho más amplia que los tradicionales catálogos, spots, publirreportajes o programas televisivos, generando así catálogos jerarquizados de los conceptos compartidos por toda una comunidad, maximizando de esta forma la información y minimizando la redundancia.



#### StreamingConnect S.L.

Cif: B93179778



Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com

- 1. El contenido se posicionará bien porque gestiona correctamente los activos de la información y el conocimiento disponible.
- 2. Se vinculan con conceptos como: infraestructura tecnológica de vanguardia, desarrollo sostenible, gestión eficiente de los recursos, accesibilidad para todos, etc., propios de la INTELIGENCIA TERRITORIAL
- 3. El Desarrollo cuenta de un sistema Territorial Inteligente y de un sistema de promoción Inteligente
- 4. El objetivo es ayudar a la toma de decisión en relación a la elección de un contenido específico, proporcionando información para la preparación, planificación y posterior elección del producto o servicio elegido.
- 5. Facilita la elección de productos específicos de empresas fiables.
- 6. Identifica ofertas en áreas determinadas.
- 7. Facilita a las empresas y sectores integrar su sistema de promoción y consumo.
- 8. La organización del contenido le permite obtener el conocimiento y preferencias de los potenciales demandantes, conocer el perfil de la demanda, así como la trazabilidad y gestión de los productos y servicios ofertados.
- 9. Se podrá conocer de manera eficiente la realidad de cada oferta, el ROI y orientar la política de acción comunicativa. Favorecer la localización y acceso a los productos y servicios ofertados.
- 10. La interoperabilidad o integración de los s de información es una de las principales ventajas de la solución implementada.

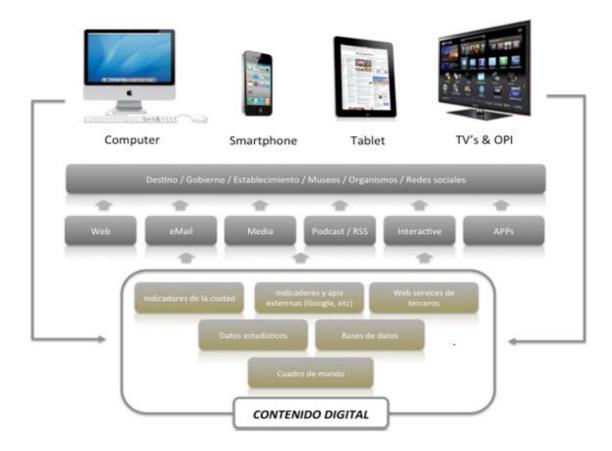
Esto se realiza gracias a una herramienta de búsqueda predictiva implementada por el BMS, la cuales busca en todo el contenido disponible (título, descripción y tags) integrado con sistemas de geolocalización y las diferentes redes sociales. Se obtiene simultáneamente contenidos audiovisuales con información y geolocalización relacionados individual y colectivamente a la carta definidos por cada usuario así como por sectores, permitiendo de esta forma generar la búsqueda inteligente de productos y servicios predefinidos en un canal temático de un sector productivo dedicado para ello.

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com





La temática es la misma Marca con su organización ontológica (generación OTT, catalogación, búsqueda predictiva, y videogeolocalización) para potenciar la Imagen de Marca específica de sus productos y servicios determinados.

La trama es la historia de la propia marca, narrada por sus protagonistas, personas de carne y hueso que impulsan y desarrollan todos los productos y servicios presentes y futuros alrededor de la marca, donde se narran con profundidad las inquietudes de la misma.

Se implementa la generación automática de contenidos audiovisuales generados con y desde la marca con la auto descripción de cada contenido y su posicionamiento audiovisual geolocalizado en un Videomap (videos geolocalizados en Google Maps) con una documentación descriptiva específica.

Las narrativas pueden durar apenas un momento o una duración media con videos reportajes continuos donde el protagonista es la misma marca. Esta promueve la venta de la Marca sus productos y servicios en sí misma, asociando las necesidades del consumidor con la marca.

#### StreamingConnect S.L.

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



Los métodos narrativos que se usan en conjunto unifican elementos dispares de la narrativa y vinculan al público.

Para lograr esto el estilo cuenta con estas herramientas:

- La localización
- La caracterización
- El diálogo
- El equilibrio entre el diálogo y la acción
- La edición o el montaje
- El punto de vista
- El color
- El sonido
- Los efectos especiales

# **COMPONENTES FÍSICOS**

#### **EL ENTORNO:**

El entorno es todo aquello que rodea a la marca como personaje principal, los rasgos históricos, locales o sociales del medio en que se desarrolla la marca. Todo este conjunto ayuda al receptor a comprender dónde y cómo está la marca para poder comprender su situación temporal e incluso emocional. Es por ello que donde se encuentre y desarrolle la marca es el entorno ideal para su presentación, centros de producción, consumo, exposición de los productos y servicios desarrollados por la marca conforman el entorno de desarrollo de la narrativa en la que se conformará la experiencia audiovisual a trasmitir.

#### LOS PERSONAJES:

Son los seres humanos que han desarrollado y desarrollan la marca, La historia de la marca toma forma y se desarrolla; lo que ocurre, en el momento que ocurre y cómo sucede está directamente relacionado con los personajes, es por ellos que la narración tiene sentido.

## **METODOLOGÍA:**

No se trata sólo de la difusión de un programa específico, es la autogeneración de contenidos dedicados a mostrar el desarrollo de sectores específicos que envuelven marcas a través de OTT de OTT´s, canales temáticos lineales concatenados presentados en una selección sencilla a través de un display común generados con el BMS. Donde se

#### StreamingConnect S.L.

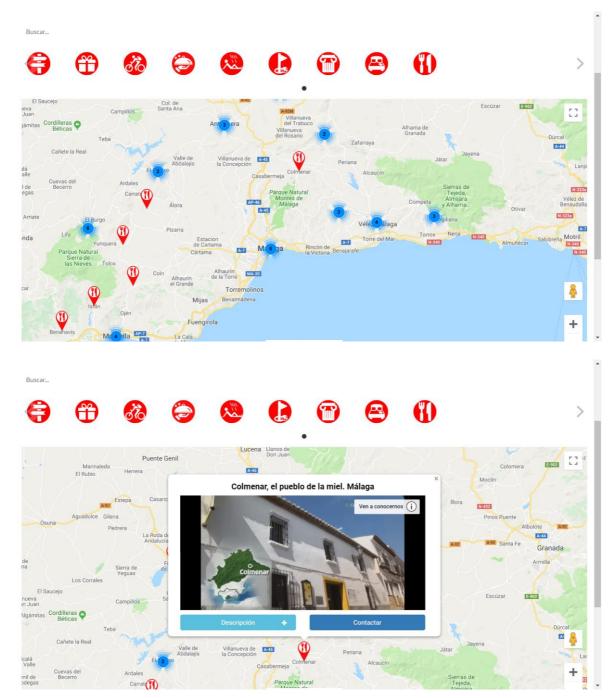
Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



presentan en forma continua, a modo de televisión lineal todas las narrativas alrededor de cada marca, acompañado de un sistema de catalogación, selección y búsqueda predictiva para que cada usuario genere en forma interactiva su propio guion y contenido, convirtiéndose así en una guía audiovisual activa interactiva a modo de auto catálogo televisivo.



#### StreamingConnect S.L.

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



#### Ventajas y Beneficios tecnológicos:

- ▶ Acercar al turista a la identidad local permite la atracción de capital y la generación de riqueza de múltiples formas como la venta de los productos y servicios.
- ➤ Sectores tan diversos como el Turísmo Rural, Ecológico, de playa se ven ampliamente beneficiados.
- ► Existe una adhesión de los ciudadanos con su LA REGIÓN como algo de pertenencia.
- ▶ La estrategia de difusión de la Imagen de Marca de País debe servir como medio de CONEXION con su poderosa audiencia, referenciándose a su sitio web en todos los contenidos
- ► El objetivo es fortalecer la marca LA REGIÓN porque está "CONECTA CON LA REGIÓN".
- ► El videomap representa la primera guía televisiva de LA REGIÓN. Cada zona promociona como mínimo con un lugar, actividad producto y servicio en el videomap
- Genera oportunidades para segmentos específicos de anunciantes en los sectores turísticos y de servicios, bajo el paraguas de la Imagen de Marca de LA REGIÓN proyectada con los contenidos producidos.
- ▶ La estrategia es atraer con la Imagen de Marca todo el potencial de inversión nacional y extranjera DESDE y HACIA LA REGIÓN, permitiendo así que los sitios creados a través del webtv OTT sean el Instrumento estable y sostenible de la Imagen de Marca de LA REGIÓN así como el escaparate de los productos y servicios presentes y futuros, reales o potenciales.
- ► La interoperabilidad o integración de los sistemas de información es una de las principales ventajas de la solución implementada.
- ► El sistema ofrece una organización ontológica (catalogación, búsqueda predictiva, y videogeolocalización
- ► El sistema facilita a las empresas y sectores integrar sus sistemas de promoción y consumo.
- Mejor integración entre las empresas y sectores afines para la promoción y el consumo.

#### **RETOS Y OPORTUNIDADES:**

El crecimiento sostenido y a tiempo es el objetivo transversal , el cual se basa en las siguientes oportunidades de negocio:

**1. Internacionalización:** La política de comercialización de se ha basado en la selección y búsqueda de oportunidades de negocios en diferentes mercados.

#### StreamingConnect S.L

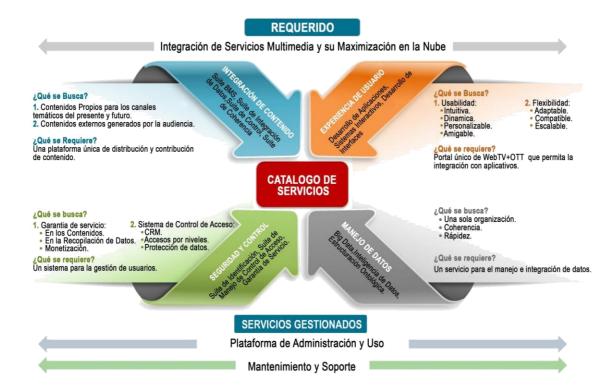
Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



2. Mercado Nacional: La implementación de las nuevas líneas estratégicas de apoyo a la venta de la Imagen de Marca e internacionalización de las empresas, permite consolidar fuentes de ingreso directo y proyectar los resultados a entes similares dentro del País convirtiéndonos en un referente necesario para el desarrollo de otras Comunidades Autónomas



1.- Análisis, antecedentes y tendencias del mercado al que se dirigen los servicios o productos a comercializar y/o distribuir.

# Los retos de las nuevas formas de explotación publicitaria.

Internet se ha convertido desde el año 2012 en el segundo medio por inversión publicitaria en España y el primero en otros países de referencia como EE.UU. Forma parte de los denominados «medios refugio», a los que acaban destinándose una gran parte de los recursos publicitarios, puesto que garantizan siempre una cobertura amplia y una contrastada medición de los resultados.

#### StreamingConnect S.L

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



Las grandes empresas de Internet superan ya en los últimos ejercicios a las televisiones autonómicas y al resto de las emisiones de la TDT. Internet es ya el motor de cambio del sector publicitario y de aquellos medios de comunicación que, tradicionalmente, han obtenido de la captación de espacios su principal fuente de ingresos.

# OTT – Over The Top –

La televisión no tiene futuro si no cambia la forma en cómo se distribuye. El fenómeno no es nuevo pero se confirma, la televisión broadcast lineal (ondas , cables y satélite) está cada vez más arrinconada, sobre todo por los más jóvenes que utilizan todas las pantallas comparativamente más que aquella que conocemos de antaño como la "pequeña pantalla" antes de la llegada de las tablets y el smartphone

Un ejemplo son los canales Temáticos de Canal Sur, estos ofrecen un portal con toda la riqueza de la oferta televisiva de LA REGIÓN que se adapta a estas nuevas tendencias del consumo televisivo interactivo exigido por el mercado. A través de estos canales temáticos de Canal Sur se propone aprovechar el poder de internet y las capacidades OTT para brindar a los internautas una nueva experiencia de la televisión. La potencialidad conjunta webTV-OTT vienen a liberar a los programas de TV de la cortapisa de la pequeña pantalla, para ofrecer a los canales un nuevo espacio, donde la televisión a la carta Push pasa a a ser Pull, es decir es el usuario realmente quien decide qué ver, cuando ver, donde ver y como ver.

#### Televisión Lineal vs WebTV

El zapping es un anacronismo y la alternativa es la búsqueda predictiva que permite al consumidor controlar el contenido y está dispuesto a pagar algo por ello. Las EPG de la televisión Lineal (guías electrónicas de programas), son pautas inamovibles que llevan a un consumo preestablecido. El HbbTV interactivo aporta la publicidad asíncrona (el preroll), siendo el coste que tiene que "pagar" por la libertad de elegir.

Las plataformas nacidas en la era de internet, como PlutoTv, YouTube, Facebook, Dailymotion o Netflix, han traído consigo nuevos hábitos, aportan la inmediatez, la accesibilidad, la posibilidad de compartir, el dominio sobre el tiempo, la movilidad, la interactividad. Volver al aparato de televisión lineal, que no ofrece estas posibilidades se convierte en un esfuerzo.

Las cadenas invierten cada año, sólo en la televisión digital terrestre gratuita, casi 3 mil millones en generar programación, programas que a veces no dan con su público o son de difícil acceso. Un programa que nadie mira es un programa que no existe y que acaba por desaparecer.

# StreamingConnect S.L

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



Se trata de reconciliar esta realidad con las herramientas de hoy, todo el mundo puede beneficiarse: evidentemente el público, pero también los canales, los productores, los anunciantes. Esta adaptación permite ver la televisión en toda su diversidad y su excelencia.

Internet es una oportunidad para que la TV se renueve. Una nueva etapa en su desarrollo que ofrece condiciones para su puesta en valor y los medios para su eficacia; es la garantía de su supervivencia.

# Estado de la publicidad

La televisión tradicional utiliza medios de comunicación masivos, la publicidad se difunde de manera impositiva con el objetivo de vender ¿quien no cambia de emisora o canales de televisión para evitar ser bombardeados por un mensaje que no les genera ningún tipo de valor?

Los anunciantes están buscando otras alternativas de publicidad. Se demanda, por tanto, un canal de comunicación propio que conozca y entienda mejor a las Pymes, ofreciendo soluciones efectivas de gran alcance usando medios digitales que permitan comunicarse con su público objetivo, a través de un sistema de difusión sin fronteras. Las grandes inversiones de las marcas están ya centradas en la publicidad interactiva en la red.

Los anunciantes también pueden segmentar su audiencia utilizando publicidad contextual o semántica para mostrar publicidad relacionada al contenido de la página web en la cual se muestran, este tipo de publicidad es recibida con más agrado por parte del consumidor ya que se encuentra dentro de su ámbito de interés como es el caso del videomap. La publicidad dirigida, la segmentación por comportamiento y la publicidad contextual se encuentran diseñadas para aumentar el retorno de inversión de los anunciantes

Los contenidos de calidad permiten acercar productos y servicios de una manera muy sutil, generando la atmósfera adecuada para que sea el mismo espectador quien solicite, demande los contenidos para que de este modo la carga publicitaria no se interprete como una molestia, incrementando así su eficacia.

# La Oferta Comercial

El soporte de la oferta comercial son los Canales Temáticos, comprenden una guía audiovisual específica alrededor de un sector también específico, a través de ellos se conecta con el consumidor. Las marcas alrededor del turismo, la gastronomía y la cultura que caracteriza a cada canal temático será la protagonista de nuestra acción comercial.

Se transmiten valores, emociones, formas de pensamiento y elementos que conectan por medio de las historias de cada lugar, producto, de cada servicio, de cada empresa, girando alrededor de la marca cultural o turísticas; logrando notoriedad y afinidad de la empresa con su público objetivo.

#### StreamingConnect S.L.

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



Esta historia de la marca hace que las personas sientan de una determinada manera, recibiendo el mensaje de forma óptima.

Los contenidos audiovisuales con información y geolocalización, en la red, relacionados individual y colectivamente, "a la carta", y definidos por cada usuario, así como por sectores, permiten la búsqueda inteligente de productos y servicios predefinidos en un canal temático de un sector productivo dedicado y compondrán la oferta y fuente de ingresos de los Canales Temáticos. En sí la OTT posiciona y difunde monetizando con la publicidad tradicional y con los derechos de emisión, mientras que la WebTv de cada Canal Temático conecta y monetiza a través de la interactividad que ofrece en la red. (CRM, prerroll, vídeo-map).

#### Fidelización De La Marca

Las particularidades de cada Canal de Temático de proximidad narradas por sus protagonistas, impulsan y desarrollan todos los servicios de la marca, donde se describen con profundidad las inquietudes de la misma, garantizando la fidelización de la Marca

La generación particular de contenidos audiovisuales generados con la auto descripción de cada contenido y su posicionamiento audiovisual geolocalizado en un vídeo-map o una documentación descriptiva específica, garantizan un producto único en el mercado, altamente solicitados.

#### **Elementos diferenciales Particulares**

Son todo aquello que rodea a la marca, los rasgos históricos, locales o sociales del medio en que se desarrollan y que ayudan al receptor a comprender dónde y cómo está ubicada, para poder comprender su situación temporal e incluso emocional. El entorno de desarrollo de la narrativa en la que se conforma la experiencia audiovisual a trasmitir, ofrece a cada Canal Temático lo que demanda el mercado actual, para llegar con especificidad a su mercado potencial.

#### Mercado

# "LA MARCA ESTÁ DESARROLLADA POR PERSONAS Y PARA PERSONAS, POR ESO

#### EL MERCADO ES TODO EL MUNDO, YA QUE EL MERCADO SON PERSONAS"

La OTT va dirigida al mercado de distribución de contenido de nueva generación, la cual generara Branding y la WebTv va dirigida al público objetivo, el cual se conecta a través de cualquier dispositivo con acceso a Internet, este genera la acción o Performance.

El lanzamiento para todas las plataformas digitales ofrece la mayor guía audiovisual de actividades, sitios turísticos y culturales de LA REGIÓN, convirtiéndose así en el instrumento

#### StreamingConnect S.L.

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



comunicativo estable y sostenible requerido por las empresas andaluzas con lo que la inserción publicitaria pretendida es más una demanda que una oferta hacia el mercado.

# PAQUETE OTT "VIVA ESPAÑA"

# ACCESO A LA DIFUSÓN Y PROMOCIÓN:

VIVA ESPAÑA permite el acceso a la difusión de contenidos tanto de la producción local como lo que aporta el tejido empresarial Español. La generación audiovisual de lo que se hace en España representa un suministro ingente de producción el cual con la guía y apoyo del Grupo Canal Media (GCM) no solo va aportar a la venta de la imagen de marca de las empresas en España sino de lo que esta contiene y ofrece, representando un ahorro importante en la creación y los costes de producción audiovisual, convirtiendo a cada canal de proximidad en el instrumento estable y sostenible de la imagen de marca de su región.

El salto clave es ser pionero en la generación de contenido y el apoyo a la difusión de imagen de marca de las empresas Españolas. El retorno no sólo será en el consumo de un sector en particular como el turístico, sino en la internacionalización de los productos y servicios de dichas empresas. Se trata de encaminar un proceso de desarrollo propio que permita el crecimiento y ajuste continuo a las exigencias del mercado y el consumo multimedia.

#### INTEGRACIÓN Y DESARROLLO MULTIMEDIA

La clave de la adquisición de los contenidos es la integración de los sistemas OTT con los desarrollos de CMS y los CRM. La generación de canales OTT de canales de cercanía integrados en un **buqué de canales** que permita la promoción de sus productos, servicios y experiencias, con una monetización efectiva a través de la gestión de un CRM eficiente es el objetivo.

Todos los avances que se viven en el campo comunicacional escapan a lo que puede ser una provincia, una región e incluso a un País. En este sentido cabe señalar que el pilar fundamental sobre el que se fundamenta el "Internet de las cosas", además de las tecnologías, son las redes de comunicación.

#### LA TELEVISIÓN OTT COMO NUEVO MODELO DE NEGOCIO PARA LA TDTL

La tecnología permite hoy en día emitir a pantalla completa por internet, realizar directos con gran facilidad y disponer de una parrilla de televisión, es decir, tener un auténtico canal de televisión en la red. Todo ello con un coste ínfimo en comparación con una televisión convencional, lo que finalmente ha democratizado la posibilidad de tener un canal de televisión, cualquier persona o empresa puede poner en marcha el suyo si cuenta con contenidos específicos y la tecnología adecuada.

#### StreamingConnect S.L.

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



La TDTL cuenta con las herramientas, infraestructura, el personal y la experiencia para que el protagonista sea el ciudadano diferencia sustancial con los Youtubers, donde el protagonista es el creador del contenido. Esa mirada Centrípeta es la diferencia competitiva que garantiza el éxito de la difusión del contenido creado con la TDTL.

A las prestaciones que otorgan a la red la capacidad de alojar auténticos canales de televisión hay que añadirles todas las ventajas del mundo internet, las televisiones por internet son televisiones a la carta, donde el espectador puede seleccionar el programa que quiere ver en el momento en que quiere verlo, tienen alcance global y permiten llegar a espectadores de todo el mundo, segmentar audiencias, disponer de estadísticas en tiempo real y optimizar las oportunidades de interactividad, es por ello que los canales de TDTL deben contar con su propio WEBTV que les permitirá atraer el trafico a su propio sistema de monetización.

Sólo un 10% de la monetización de estos contenidos llegan a manos del creador, este requiere una cantidad enorme de seguidores para obtener unos pocos ingresos obligándole a ser un esclavo de la audiencia exigida, luchando en una selva mediática en la que se dispersa y pierde el potencial creativo, incentivando así a la banalidad y al contenido no ético.

En estos momentos es una realidad la convergencia de internet con la televisión convencional (HBBTV) y por tanto, la mayor parte de los espectadores pueden ver internet desde su pantalla de televisión, eligiendo en igualdad de condiciones entre televisión convencional y televisión por internet, los anunciantes reparten sus presupuestos publicitarios entre los canales generalistas y el contenido en internet, este súpernicho que conlleva a la generación de contenidos específicos y temáticos, les garantizarán dar con su audiencia ideal, fiel y extraordinariamente afín.

#### España, preparada para dar el salto

Aunque fuera de España la televisión por internet como modelo de negocio ha empezado a ser explotada de forma regular y es raro el día en que no se ponga en marcha un nuevo canal en Youtube. Los modelos existentes se basan en la captación y generación de contenido dirigido a la nube de internet, Youtube, Netflix, y todas las redes sociales captan contenido para una distribución masiva compitiendo directamente con las redes convencionales de cable, satélite y ondas. Un modelo basado en la entrega de contenido hecho a la medida del cliente final va más allá de la selección de videos a la carta tipo push ( catálogo de contenidos ofertado por el proveedor) o pull (catálogo de contenidos seleccionados por el usuario), este modelo definitivo aprovecha las nuevas tecnologías de contribución SRT, distribución 5G, compresión h265 y nueva generación de teléfonos móviles para contar con la producción de contenido con suficiente rapidez y calidad cuyo rendimiento queda en manos de las redes sociales y operadores de OTT.

Es por ello que la modernización de las TDTL leva mas que a la inversión del equipamiento tradicional a por la inversión en métodos de distribución de contenidos lineales y vod propios.

#### StreamingConnect S.L.

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



Donde el mismo canal por ondas sean el promotor de su contenido por Internet, única forma de lograr un control a su monetización.

#### ¿Cómo hacer negocio con la televisión por internet?

Las fuentes de ingresos de los canales existentes son, por este orden:

- 1. Patrocinio (de programas, subcanales, franjas horarias...)
- 2. Publicidad (spot, texto o spot+texto), con absoluta capacidad de segmentación.
- 3. Suscripción: pago por acceso al canal.
- 4. Pay per view: pago por acceso a determinados contenidos.
- 5. E-commerce generado por el canal (CRM, central de compras y reservas)

La sindicación (uso de imágenes en websites), el pago por descarga de contenido, o la venta de contenidos a otras plataformas son otras fórmulas de negocio que la televisión por internet está empezando a implantar. El rápido desarrollo y expansión de esta tecnología hace prever que en un futuro muy próximo nuevos modelos de negocio se sumarán a estos.

#### ¿Quién puede poner en marcha un canal de televisión OTT de proximidad?

Estar en el paquete de canales VIVA ESPAÑA y contar con un webtv propio con las características mencionadas impulsa el consumo del contenido lineal y vod, accediendo a una rentabilidad en corto plazo con menor esfuerzo que con la TDTL aislada, rentabilizando todo el contenido producido y generando uno nuevo sin coste y con utilidad. Igualmente, el propio medio de difusión por ondas se convierte en el medio de las campañas de lanzamiento efectiva por la captación de clientes locales, sirviendo su actual canal de comunicación como ente promotor del nuevo negocio estratégico del canal, el cual es **la promoción de productos y servicios locales contado por sus propios creadores.** 

Identificar un área temática de interés ( Oficios, historia, turismo, gastronomía, fotografía - cine y teatro, nutrición, arquitectura, automoción, bricolaje...) permite realizar un plan de negocio rentable en base a la televisión de proximidad OTT. Sí es cierto que, en un principio, puede inquietar la perspectiva de la producción de contenidos y el coste que ello pueda suponer para el negocio, sin embargo dicho costes en el caso de la TDTL son asumidos por el productor de esos bienes y servicios al ser el primer interesado en dar a conocer su experiencia con la creación de su propio publirreportaje.

Los formatos de programación habituales se basan en cápsulas de 15 minutos, fácilmente producibles y con coste mínimo. *Muchas experiencias demuestran que una televisión OTT puede funcionar con sólo incorporar 4 horas de contenidos nuevos diarios*. Otras experiencias demuestran también que los contenidos no tienen por qué ser producidos por el propio canal, aglomerar contenido sindicado o asociado entre pequeños productores permite crear suficiente

#### StreamingConnect S.L.

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



contenido como para crear un canal temático de proximidad dirigidos a una audiencia específica que requiere y demanda la **conexión** con lo que su localidad ofrece y contiene. El contenido requerido es de 120 horas de producción mensuales, sin ningún tipo de rigidez en las capsulas de los contenidos. **Calidad, inmediatez, proximidad, veracidad, credibilidad, autenticidad** son las calves de esta nueva televisión lineal de proximidad, la cual va más allá de simples capsulas en vod puestas al servicio de las nuevas plataformas de monetización como Youtube.

# Broadcast Management Service (BMS), cambio de paradigma.

El BMS es una herramienta capaz de generar un canal lineal paralelo con contenido vod y la emisión TDTL, la cual se ofrece como canal OTT hacia redes CATV, y plataformas OTT como Roku, Appel TV, Amazone Prime y Smartv, monetizando como una canal convencional dicho contenido y obteniendo 10 veces más de retorno que con portales como Youtube o FaceBook. Estos canales temáticos de proximidad abren la posibilidad de sumarse a canales convencionales (Canales Generalistas) y a canales creados para una audiencia o sector determinado (Netflix), confeccionando un buqué personalizado distribuido tanto en redes cerradas como abiertas.

#### El cable virtual, un operador sin red.

La red es en sí misma un medio de distribución de contenidos, los operadores de OTT son los nuevos cable operadores los cuales usan la red como medio de distribución de paquetes de contenidos on demand y en directo. Internet a través del 5G se convierte en un medio estable y sostenible para la contribución de contenido a redes cerradas como **Hoteles, centros comerciales, centros educativos, Hospitales, Urbanizaciones privadas**. Cada una de estas redes son privadas y con una demanda de contenido hecho a su medida, la cual puede ofertarse directamente desde los creadores del contenido hasta el usuario final con la tecnología actual

El contenido del paquete Viva España duplica las visualizaciones de los canales tradicionales Españoles en la primera medición de audiencia realizada fuera de España (Costa Rica). Se ha incrementado la sinergia en todo lo que hace GCM, evitando dispersar el esfuerzo. Ello nos permite potenciar la implementación del portal que contendrá la primera guía audiovisual de Productos y Servicos de España ofrecer un contenido destacable sobre posibles actividades en destino denominada VideoMap

El ochenta por ciento de los anunciantes va a gastar más de su presupuesto de publicidad interactiva y el 68% de los anunciantes tratará con los ADD Network.

Los anunciantes también están buscando alternativas a la publicidad en la televisión tradicional y pasarán más de sus presupuestos de publicidad en entretenimiento de marca dentro de los programas de televisión (61%), patrocinio de programas de televisión (55%), la publicidad interactiva en programas de televisión (48%), anuncios de vídeo en línea (45%). y la colocación de productos (44%).

Dentro de este contexto **Viva España es un canal de comunicación propio que conoce y entiende mejor a las Pymes.** Ofreciéndoles soluciones efectivas de gran alcance a través de medios digitales que permiten comunicarse con su público objetivo a través de 45 señales de

#### StreamingConnect S.L.

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



proximidad en toda España, con penetración a cableras en toda América y difusión en los principales operadores OTT del mundo como son Roku, Apple TV, Amazon Prime así como en aplicaciones de Smart Tv como LG.

#### Modelo para potenciar La Comercialización

Basarnos en los contenidos de proximidad donde el protagonista es el ciudadano determina un valor diferencial que garantiza obtener de la audiencia una respuesta positiva que brinda las condiciones necesarias para la monetización . Es así como el paquete canales **Viva España Conceta con España** 

Hacer **external linkings** o llamados desde las páginas de cada canal al **Video Map** para la mejora de la calidad del tráfico y la recolección de **datos CRM**, de lo que requiere y solicita la audiencia, se convierte en un valor incalculable para las empresas que se promocionan en cada canal de TDTL.

Los **contenidos de proximidad** permiten acercar productos y servicios de una manera muy sutil, generando la atmosfera adecuada para que sea el mismo espectador quien solicite, demande los contenidos para que de este modo la carga publicitaria no se interprete como una molestia incrementando así su eficacia.

Fortalecer la marca ESPAÑA con los canales de proximidad a través del paquete VIVA ESPAÑA es el objetivo, ya que asociamos y unimos de esa manera todo lo que el País ofrece y contiene, haciéndolo más sencillo recordar. Pone en sintonía el contexto de la publicidad con el contenido lo cual es fundamental para enganchar (engagement).

En base a esto basamos la estrategia en la entrega de contenido de interés específico pues el público objetivo cada vez es más selectivo, pero a su vez mas agradecido pues crea vínculos con las empresas que promueven ese contenido de proximidad. Ello queda latente en la cantidad de usuarios obtenidos en el primer més de emisión del canal GCM Internacional, el cual igualo a las audiencia de canales generalistas como TVE internacional y Antena3 internacional en Costa Rica. Al entregar los contenido en mercados segmentados se mantiene con la diversidad de los 45 canales de proximidad de cada provincia Española el interés de la audiencia, la cual se convierte en potenciales clientes, aportando de esta forma **innovación en la comercialización**.

Con el **landing page obtenido con el Video Map** se obtiene un mejor y mayor resultado al recoger los datos (CRM) para no estar perdiendo un posible cliente, utilizando esa base de datos para fidelizar a usuarios y a la marca ESPAÑA creando **confianza en el canal.** 

EL método es ofrecer soluciones con el cual creamos el interés por lo que obtenemos los datos (CRM) a través de Inbound (pull < >push)

Las razones fundamentales del paquete de canales de proximidad ofertados en VIVA ESPAÑA han sido establecer vínculos con la población Local, dentro y fuera de su territorio, donde además de estrechar vínculos con la población local dentro de su ámbito de acción directa, expandimos esos

# StreamingConnect S.L

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



lazos fuera de sus fronteras ( otros provincias, comunidades autónomas y Países), acercando a toda esa población dispersa, así como a todo aquel que se conozca o por curiosidad quiera acercarse a sus tierras, tradiciones, oficios, historia y cultura. Ya que el foráneo es todo aquí que no reside en dicha localidad.

A nivel de apoyo a las empresas Españolas, el paquete de canales VIVA ESPAÑA sirve de apoyo a la comercialización de productos y servicios locales con el propósito de colaborar con la dinamización de la economía de cada provincia y su tejido empresarial.

## Centramos la estrategia de venta en 11 segmentos claves

- 1. Vacacional/ocio
- 2. Historico/Cultural
- 3. Casas Rurales, Camping
- 4. Golf
- 5. Residencial y de Elite
- 6. Productos y Servicios
- 7. Cruceros y turismo Náutico
- 8. Verde y de interior
- 9. Turismo Activo
- 10. Salud v Bienestar
- 11. Gastronómico

Basándonos en datos de negocio y analítica usamos la información obteniendo:

- Análisis de mercado tendencia a focalizar zonas geográficas (idiomas)
- Decidir si nos conviene campañas por leads (recoger información comercial)
- Marca: Impresiones cobertura de spots y patrocinios (frecuencia)
- Trafico: Numero de minutos visualizados
- Ventas: Numero de impactos por canal de distribución (operador de Cable y OTT)

#### La rentabilidad base se obtiene :

- Patrocinio de programas
- Spot Lineal dentro de cada programa
- Add Network (prerroll y videos emergenes)
- VideoMap (videos geolocalizados en GoogleMaps)
- Remarketing
- CRM
- Landing page

# StreamingConnect S.L

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



Como elemento adicional de rentabilidad para cada canal de televisión de proximidad tenemos:

Rentabilizar la producción anual y el archivo de cada canal de televisión

- Adecuarse al nuevo consumo audiovisual a través de Internet.
- Apoyar a la promoción de la Imagen de Marca de su región sin coste de difusión
- Conectar al foráneo con si región a través de medios como OTT, sistemas de cable IPTV
- Ampliar la audiencia nacional e internacionalmente
- Potenciar los productos, servicios y empresas de su región
- Contar con nueva fuente de ingresos como el Video Map
- Dar valor añadido a la publicidad tradicional (spot y patrocinios)

#### **Argumentos De Ventas**

VIVA ESPAÑA con sus canales de proximidad es sin lugar a dudas, desde el punto de vista de integración de la sociedad Española, con una estrategia de sostenibilidad de destino turístico, cultural y económico ejerciendo como paraguas a todos los canales que lo conforman, integrándose complementándose. Sirviendo de ente de conexión entre los habitantes de cada zona y el interesado en todo lo que esta implica y motiva

Maximizar los beneficios de una región a la población local, contribuyendo a la valorización del valor natural y cultural de dicho destino asi como la generación de experiencias positivas basadas en el contacto con la población local y una mayor comprensión de los aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales que configuran la identidad de dicho territorio.

Por ello, los canales de temáticos de proximidad permiten ser el ente de conexión entre el foráneo y el residente facilitando un conocimiento de su cultura, sus costumbres y por consiguiente una experiencia más autentica.

Al hablar de éxitos en destinos turísticos, no solo se trata de números de turistas que nos visitan, el verdadero éxito es aprovechar esos desarrollos turísticos para incrementar los beneficios, mejorar la calidad de vida de los residentes de esas zonas turísticas,

Los comercios locales, las pequeñas tiendas deben ser integradas a los planes turísticos ya que según cifras de Shopping Tourism & Economy Summit 4100 millones de euros es la cifa que dejan los turistas en compras, cifras que se quedan en las grandes superficies, pues tan solo 1 de cada 10 euros recae en el pequeño comercio, es necesario reforzar la marca Espala como destino global de marca, promocionando fuera de nuestras fronteras las características del pequeño y mediano comercio español, creando rutas comerciales a la par de información de productos, servicios, turística y de ocio globalizando la oferta local.

En si el nuevo pardigma en la comercialización de productos y servicios es la MOTIVACION, elemplo de ello es el elevado consumo local que provoca la motivación de un contenido elaborado y dirigido fuera de una zona de acción determinada. No se trata de llegar mas lejos o a mas gente, ni de centrarse en la promoción de Marcas, Productos o Servicios Globales. El objetivo es "conocer" los demandantes de un producto o servicio en particular y convertirlo en valor como

# StreamingConnect S.L.

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



"cartera de clientes potenciales", información altamente cotizada. El objetivo es "Acecar al foraneo y convertirlo en propio".

Viva España potencia las pequeñas y medianas empresas a nivel Global., ofreciendo al empresario canales de comunicación propio, en los que puede exponer los productos y servicios que ofrece , su historia, sus potencialidades, su nivel de expansión en el mercado su experiencia en la internacionalización etc. Conectamos a las marcas con su público objetivo donde sea que este se encuentre , ofrecemos soluciones efectivas centradas en la publicidad interactiva en la red, en programas de televisión tradicional, en canales temáticos, en anuncios en línea, en streaming o en video on demand

#### **Instrumentos de Ventas:**

#### **Publicidad OTT**

La combinación en la distribución en plataformas Tradicionales con plataformas de CABLE, IPTV, OTT y WEBTV genera oportunidades para segmentos específicos de anunciantes en los sectores turísticos y de productos y servicios, bajo el paraguas de la Imagen de Marca de cada REGIÖN, proyectada con los contenidos producidos por cada canal de televisión a través de estos canales temáticos de proximidad. Convirtiéndose más que en un atractivo y una oportunidad en una necesidad publicitaria. Esto permite platearse como objetivo el uso del contenido para mercados más amplios que el Españo ya que conlleva en forma indirecta la Marca ESPAÑA. Es así como los potenciales clientes mediante la integración de todas estas plataformas, se amplía hacia la PYMES de todo el ámbito de distribución del paquete VIVA ESPAÑA.

Como primer objetivo, y en base al posicionamiento inicial de los canales temáticos, la cantidad de anunciantes calculado en el sistema de parrilla OTT son de 74. Se requeriría un total de 1 anunciante por cada país de habla Hispana y uno por cada provincia Española y 3 por la provincia de la TDTL, si el contenido cumple con las expectativas, fusionando por primera vez la difusión convencional nacional e internacional y las nuevas tendencias de difusión por la red webtv.

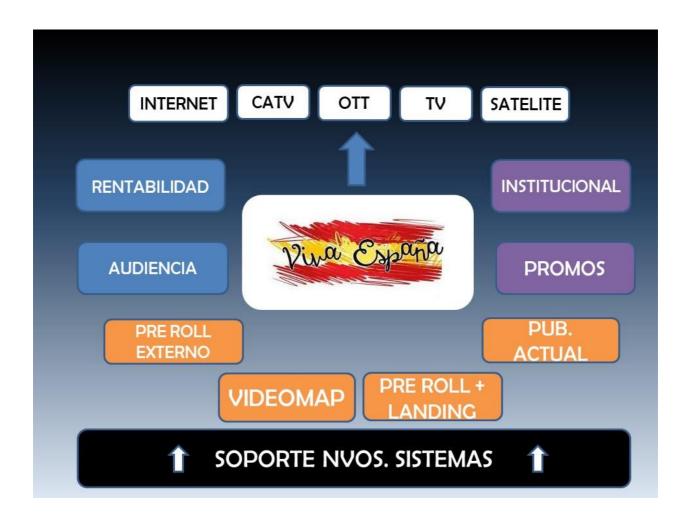
La estrategia en la generación del paquete Viva España tiene una implicación fundamental, atraer con la Imagen de Marca de cada región en particular todo el potencial de inversión nacional y extranjera **DESDE** y **HACIA** ésta, permitiendo así que los canales temáticos de proximidad sean el Instrumento estable y sostenible de la Imagen de Marca de España así como el escaparate de los productos y servicios Españoles.

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com





# Inserción de anuncios Dinámicos DAI

Existen actividades que solo pueden ser promocionadas por internet, como son los casinos, salones de juego, bebidas alcohólicas y bingos. Este nicho debe aprovecharse. En este sistema de anuncios es donde se pueden incluir la **publicidad dirigida**, así como la **publicidad foránea** al estar esta inducida por el contenido de proximidad ejemplos son los anuncios en Google donde **el target de destino genera anunciantes de dicho destino**, un ejemplo concreto es el sector turístico (viajes. hostelería, restauración, ocio) la emisión de un contenido fuera de esa localidad impulsa el consumo local ya que relaciona y motiva dicho consumo con un servicio análogo cercano al televidente.

Una emisión Global de un contenido de cercanía beneficia:

1. Ahorro sustancial en la producción de cont3enido ya que el mismo es asumido por el mismo anunciante, siendo sus publirreportajes el eje del contenido de proximidad.

#### StreamingConnect S.L.

Cif: B93179778



Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com

- 2. Amplia la Unidad de Negocio Estratégica ya que los anunciantes se encuentran en el destino consume el contenido.
- 3. Se internacionaliza la empresa Local.
- 4. Se atrae la empresa foránea.
- 5. Los productos y servicios españoles están en un constante crecimiento.
- 6. Se justifica el apoyo institucional al contribuir con el posicionamieno de la Imagen de Marca de la localidad.
- 7. Conecta las pyme con la localidad y la audiencia.
- 8. Incrementa el volumen de negocio con clientes de todas las comunidades autónomas y de Países extranjeros
- 9. Ofrece valor añadido por una cantidad ínfima adicional ( 30€ ) a la publicidad tradicional de emisión lineal
- 10. Permite la Inserción de un vídeo emergente con landin (link a la pagina del anunciante).

Cif: B93179778

Telf: +34-952-372924- Móvil: +34-628536881

administración@streamingconnect.com / www.streamingconnect.com



#### **GLOSARIO**

CMS: Sistema de Administración de Contenidos), se han expandido muy rápidamente por el mundo virtual, pues con un par de clicks tenemos instalado en nuestro sitio de alojamiento (Hosting) una gran base y estructura de código, a nivel de base de datos, de archivos y privilegios, entre muchas más características.

FRAMEWORK: Framework a una estructura de código que, mediante librerías, funciones o módulos, nos facilita la tarea de desarrollar un proyecto web.

BMS: Broadcast Management Service, es la integración del servicio VOD con los servicios OTT

OTT: Over The Top definido como la transmisión de cualquier contenido de audio y video sin implicación de los operadores, usamos este concepto en el BMS para definir la realización de un canal lineal de TV a partir de contenidos VOD desde la nube, usando como transporte la red.

METADATA: Se refiere a toda la información contextual del contenido de los videos, Titulo, descripción, duración del video, tags, latitud y longitud para su geolocalización.

CANAL LINEAL: Canal tradicional de televisión generado desde un sistema de playout dedicado a la emisión temporizada de contenidos, los cuales pueden ser en directo (tiempo real o estricto directo) o previamente grabados.

VOD: Videos On Demand, videos almacenados para su reproducción demandada por un usuario. PLAYOUT: Sistema de emisión de contenidos (PROGRAMAS Y PUBLICIDADA) en forma temporizada, usa VOD o emisiones en directo.

INGESTA: Recepción de contenido audiovisual con posibilidad de monitoreo, almacenamiento y emisión en playput.

PARRILLA DE PROGRAMACIÓN: Calendario de eventos de la programación usada en el playout.

FEED: Emisión de un canal OTT con bloques de publicidad segmentadas para una localización o distribuidor de contenido específico, como son los operadores satelitales y operadores de cable. Usado para la monetización exclusiva de sus suscriptores.

STREAMING: Flujo IP continuo de contenido audiovisual

DAI: Marcador para la Inserción de Anuncios Dinámicos incluido en el streaming

# StreamingConnect S.L