



**Universidad**  
Zaragoza

# Trabajo Fin de Grado

Estudio sobre las principales plataformas de  
streaming en España.  
Research about principal streaming platforms in  
Spain.

Autor:

Gonzalo Vacas Lerín

Directora:

Isabel Buil

Facultad de Economía y Empresa  
2022

## **RESUMEN:**

En la actualidad, las plataformas de streaming son utilizadas por una gran parte de la población. El confinamiento debido a la pandemia por el COVID-19 incrementó mucho el número de usuarios.

En este trabajo se va a analizar a los usuarios de las tres principales plataformas de streaming, Netflix, Prime Video y Disney + y el impacto que la pandemia ha tenido sobre ellas. El trabajo se divide en dos partes. En la primera parte se fijan los objetivos de la investigación, se define el concepto de plataforma de streaming, se muestran datos para verificar que realmente estas plataformas son las más utilizadas, se describe cada una de ellas y se detalla su origen, llegada a España y evolución. En la segunda parte del trabajo se analizan los resultados de la encuesta realizada en relación a los objetivos y se extraen una serie de conclusiones.

## **ABSTRACT:**

Nowadays, streaming platforms are used by a large part of the population. The lockdown due to the covid-19 pandemic has greatly increased the number of users.

In this work, we will analyze the users of the three main streaming platforms, Netflix, Prime Video and Disney + and the impact that the pandemic has had on them. The work is divided in two parts. In the first part, the objectives of the research are set, the concept of streaming platform is defined, data is shown to verify that these platforms are really the most used, each of them is described and details about its origin, arrival in Spain and evolution are shown. In the second part, the results of the survey carried out in relation to the objectives are analyzed and many conclusions are drawn.

## Índice de contenido

1. Introducción.....	6
1.1 Presentación.....	6
1.2 Objetivos.....	8
2. Las principales plataformas de streaming.....	9
2.1 Origen, fundadores y llegada a España.....	9
2.2 Contenido, servicios y planes de suscripción.....	10
2.3 Evolución.....	15
3. Metodología.....	19
3.1 Población objeto de estudio y plan de muestreo.....	19
3.2 Tipo de encuesta y recogida de información.....	19
3.3 Características de la muestra.....	20
4. Análisis de resultados.....	22
5. Conclusiones.....	32
6. Bibliografía.....	34
7. Anexos.....	37

## Índice de gráficos

Gráfico 1: Servicios de streaming con más suscriptores.....	6
Gráfico 2: Cuota de mercado de las plataformas de streaming.....	7
Gráfico 3: Evolución precio suscripción Netflix.....	12
Gráfico 4: Evolución precio suscripción Prime Video.....	13
Gráfico 5: Evolución precio suscripción Disney +.....	14.
Gráfico 6: Crecimiento suscriptores de cada plataforma.....	16
Gráfico 7: Evolución cotización Netflix al inicio de pandemia COVID-19....	17.
Gráfico 8: Evolución cotización Amazon al inicio de pandemia COVID-19...	18.
Gráfico 9: Evolución cotización Walt Disney Company al inicio de pandemia COVID-19.....	19
Gráfico 10: Edad.....	20
Gráfico 11: Sexo.....	21
Gráfico 12: Ocupación.....	21
Gráfico 13: Suscriptores Netflix.....	22
Gráfico 14: Suscriptores de Prime Video.....	22
Gráfico 15: Suscriptores Disney +.....	23
Gráfico 16: Tiempo de suscripción.....	23
Gráfico 17: Forma de conocer la existencia de estas plataformas.....	24
Gráfico 18: Dispositivos utilizados para ver contenido.....	24
Gráfico 19: Frecuencia de uso semanal.....	25
Gráfico 20: Razón para ser suscriptor.....	26
Gráfico 21: Satisfacción sobre aspectos de Netflix.....	27
Gráfico 22: Satisfacción sobre aspectos de Prime Video.....	28.
Gráfico 23: Satisfacción sobre aspectos de Disney +.....	29
Gráfico 24: Personas que se suscriben a raíz de la pandemia.....	29
Gráfico 25: Tipo de suscripción.....	31

## Índice de tablas

Tabla 1: Resumen Netflix, Prime Video y Disney +.....	15
Tabla 2: Diferenciación entre hombres y mujeres en cuanto a frecuencia de uso semanal.....	25
Tabla 3: Mejoras que más se prefieren.....	27
Tabla 4: Afirmaciones sobre aspectos de la pandemia por el Covid-19.....	30
Tabla 5: Distribución del género de los usuarios de cada plataforma.....	30
Tabla 6: Distribución del contenido visualizado de cada plataforma.....	31

# 1. Introducción

## 1.1 Presentación

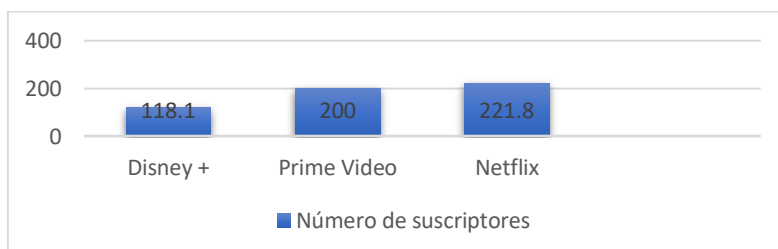
En la actualidad cada vez son más las personas que contratan los servicios de plataformas de streaming para ver sus películas y series favoritas.

En esta introducción definiremos lo que son las plataformas de streaming, también mostraremos cuáles son las que actualmente tienen el mayor número de suscriptores, ya que serán en las que nos centraremos principalmente en este trabajo, y haremos referencia a su gran crecimiento en los últimos años y a raíz de la pandemia, siendo esta última la principal causa por la que realizar esta investigación.

Netflix, HBO o Amazon Prime Video son servicios OTT (siglas en inglés de Over The Top), también conocidos como SVOD (Streaming Video on Demand) o de libre transmisión. Esto quiere decir que, a cambio de una suscripción, estas plataformas distribuyen audio, vídeo y otros contenidos a través de Internet para cualquier usuario que tenga un dispositivo conectado (Gómez Bolaños, 2020).

A lo largo de este trabajo, vamos a recopilar información e investigar sobre las tres plataformas más grandes en cuanto a número de suscriptores (ver gráfico 1). En el primer puesto se sitúa Netflix, la cual alcanzó un número de usuarios de 221,8 millones en el último trimestre del año 2021, lo que la ratifica como la plataforma con más suscriptores en el mundo. En el segundo lugar está Amazon Prime Video con un total de 200 millones de usuarios. Disney+ ocupa el tercer puesto de la lista, con 118 millones de clientes activos, tras lograr un muy rápido crecimiento en sus primeros dos años (Becerra, 2022).

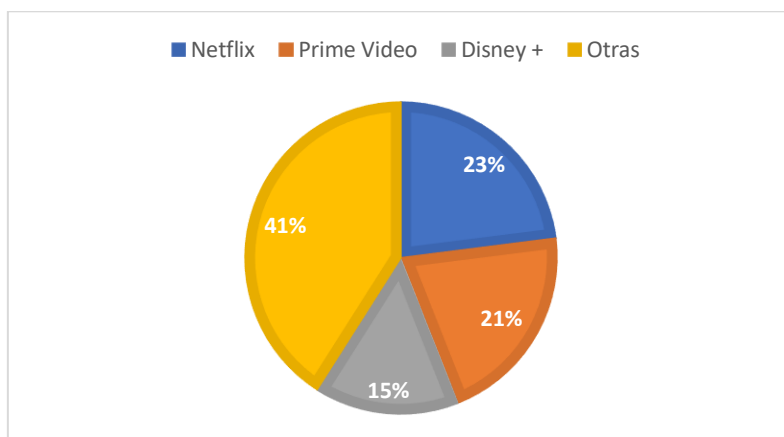
*Gráfico 1: Servicios de streaming con más suscriptores (millones de usuarios)*



Fuente: Sondeo LR

Netflix, Prime Video y Disney + también son las plataformas de streaming que tienen mayor cuota de mercado. Según el informe del cuarto trimestre del 2021 publicado por el portal JustWatch, en España continúan en cabeza, como en casi cualquier medidor de este tipo, Netflix y Amazon Prime Video, la primera con 23% de cuota y la segunda con un 21%. Según informó la guía en una nota de prensa, tanto Netflix como Prime Video han estado perdiendo cuota de mercado constantemente desde principios de año. Entre enero y diciembre habrían caído entre un 5% y un 3% respectivamente. Mientras tanto, Disney+ creció un 3%, mostrando un crecimiento trimestral constante (Cineconñ, 2022).

Gráfico 2: Cuota de mercado de las plataformas de streaming



Fuente: JustWatch

La COVID-19 ha situado al streaming en el centro de nuestro entretenimiento y de nuestras relaciones sociales. En España, el vídeo streaming tiene una penetración del 49,8% en la web y del 42,2% entre las apps móviles, de acuerdo con los datos de Smartme Analytics. En concreto, en las aplicaciones móviles, Netflix lidera el sector con el 64,4% de penetración, seguida a mucha distancia de Amazon Prime Video con el 32,1%, Movistar+ 12,1%, HBO 10,5% y Disney+ 10,2%. Por su parte, al analizar los datos web, es Prime Video la que se sitúa en cabeza con el 58,8% de penetración, mientras que Netflix ocupa el segundo lugar con el 38,6%. La sorpresa llega en el tercer y cuarto puesto: las páginas de los grandes grupos de televisión nacionales, Atresplayer de Atresmedia y Mitele de Mediaset, se cuelan por delante de los otros tres gigantes estadounidenses con una penetración del 26,5% y 24,6%, respectivamente (Refojos, 2020).

Este crecimiento tan rápido que han sufrido las plataformas digitales de streaming hace interesante realizar una investigación sobre las mismas, ver la tendencia futura que pueden llegar a tener, conocer la opinión de los consumidores, cómo ha afectado la pandemia y en qué situación se encuentran en la actualidad dos años después del primer confinamiento.

## 1.2 Objetivos

Esta investigación tiene un doble objetivo general. En primer lugar, analizar las plataformas de streaming y describir su situación actual. En segundo lugar, conocer la opinión general que tienen los usuarios, principalmente jóvenes, de estas plataformas.

De manera más detallada, los objetivos específicos son:

1. Describir el origen y la evolución de las plataformas de streaming.
2. Investigar los hábitos de consumo de las plataformas de streaming, es decir, qué plataformas se consumen, desde cuándo, cómo las conocieron, cuál es la frecuencia de uso y desde qué dispositivos las ven.
3. Analizar aspectos positivos que los usuarios valoran, es decir, por qué consumen cada una de estas plataformas.
4. Descubrir posibles mejoras que los usuarios de cada una de estas plataformas piensen que podrían tener.
5. Estudiar el efecto que la pandemia por la COVID-19 ha tenido sobre estas plataformas.
6. Analizar el perfil de los usuarios de las principales plataformas de streaming.



## 2. Las Principales plataformas de streaming

A continuación, en este apartado, se van a describir las principales plataformas de streaming objeto de estudio de este trabajo de fin de grado. En concreto, empezaremos comentando su origen, sus fundadores y cómo y cuando llegaron a España. Luego comentaremos el contenido y los servicios que nos ofrecen y, por último, valoraremos su evolución, tanto en el número de suscriptores como en el precio de cotización de sus acciones.

### 2.1 Origen, fundadores y llegada a España

- **Netflix:** Netflix se creó en California, Estados Unidos, el 29 de agosto de 1997 por Reed Hastings y Marc Randolph.

Reed Hastings tuvo que pagar 40 euros por no devolver a tiempo una cinta que había alquilado y fue ahí cuando le surgió la idea de crear un sistema de alquiler de películas en donde las personas no tuvieran que pagar ninguna multa, es decir, los clientes recibían el DVD que alquilaban y no tenían que enfrentarse a ningún pago por devolverlo más tarde de la fecha acordada en el alquiler (Pacheco San Juan, 2021).

Netflix llegó a España en 2015, años donde estaba muy presente la piratería y el contenido gratuito por lo que no se esperaba que tuviera mucho éxito. Sin embargo, lo tuvo gracias a la emisión de contenido local y una gran inversión.

- **Amazon Prime Video:** Prime Video se trata de un servicio que ofrece la empresa Amazon con el cual puedes ver y alquilar películas y series. Amazon fue creada por Jeff Bezos en 1994 aunque no fue hasta 1995 cuando Amazon salió al mercado como una web de venta de libros online.

El sistema Prime no se creó hasta el 2005. Fue Jeff Wilke, en ese momento jefe de la división de consumo de la empresa, quien realizó varios procesos para que el sistema de envío Prime funcionara correctamente.

Es en 2011 cuando comienza Prime Video, un servicio que ofrece series y películas de manera gratuita para aquellos usuarios Prime de Amazon. (Millán, 2020). La llegada del servicio de Prime Video a España se sitúa en el año 2016. Todos los clientes de Amazon

Prime tendrían acceso a series y películas de forma gratuita, únicamente tendrían que pagar la cuota para ser cliente premium.

- **Disney +:** Disney + es un servicio que ofrece la visualización de películas online, principalmente pertenecientes a Disney y para un público de menor edad. Esta plataforma digital de streaming pertenece a “The Walt Disney Company” la cual fue creada por Walt Disney y su hermano Roy en 1920 con el nombre de Disney Brothers Studio. Este servicio fue creado por Bob Iger, presidente ejecutivo de Disney. En 2019 comenzó a funcionar en Estados Unidos y no fue hasta el 24 de marzo de 2020 cuando llegó a España.

La contratación de este servicio incluía Disney +, Hulu, ESPN + (en Estados Unidos) y Disney +, HotStar y Star a nivel internacional (Cinemascomics, 2021).

## 2.2 Contenido, servicios y planes de suscripción

- **Netflix:** Se podría considerar la plataforma líder del mercado la cual destaca sobre todo por la gran cantidad de producciones propias que está realizando en los últimos años. Permite múltiples perfiles de usuario, lo que lo hace perfecto para compartir, y también cuenta con múltiples producciones españolas (Fernández, 2022).

Netflix cuenta en la actualidad con un catálogo muy amplio en España compuesto por más de 5.500 títulos de los cuales unos 3.500 son películas. Netflix también posee los derechos de retransmisión de muchos títulos y cada año invierte y apuesta más en la producción de contenido propio local, con títulos que han logrado una gran repercusión internacional llegando a más de 160 países como por ejemplo “La Casa de Papel” o “Paquita Salas”.

Netflix, ofrece 3 tipos de planes de suscripción:

- **Netflix básico:** Tiene un coste de 7,99 euros al mes y permite disfrutar de todo el catálogo de películas y series disponible en España en una pantalla o dispositivo. Además, se pueden realizar descargas de contenidos en un teléfono móvil. Esta suscripción solo te permite disfrutar de los contenidos en calidad estándar, no en alta resolución.

- **Netflix estándar:** Tiene un coste de 12,99 euros al mes, sin embargo, con esta suscripción se pueden ver todos los contenidos del catálogo de Netflix en dos pantallas o dispositivos al mismo tiempo. También te permite descargar contenido en dos

dispositivos móviles. Además, tanto las películas como las series se pueden disfrutar en calidad HD.

- **Netflix Premium:** Tiene un coste de 17,99 euros al mes. En este caso se pueden disfrutar de todos los contenidos de Netflix hasta en cuatro pantallas o dispositivos de forma simultánea. Con esta suscripción se puede descargar y almacenar películas y series hasta en 4 dispositivos móviles para verlos, aunque no se disponga de conexión a Internet. Todos los contenidos, además, se disfrutaban en calidad Ultra HD (Rastreator, 2022).

En cuanto al contenido propio de Netflix, su catálogo estaba compuesto en gran parte por títulos cuyos derechos se habían comprado a un tercero, por lo que Netflix quiso aumentar el número de títulos propios. Así, hizo una declaración de intenciones anunciando que quería que al menos el 50% de su catálogo fuese contenido propio.

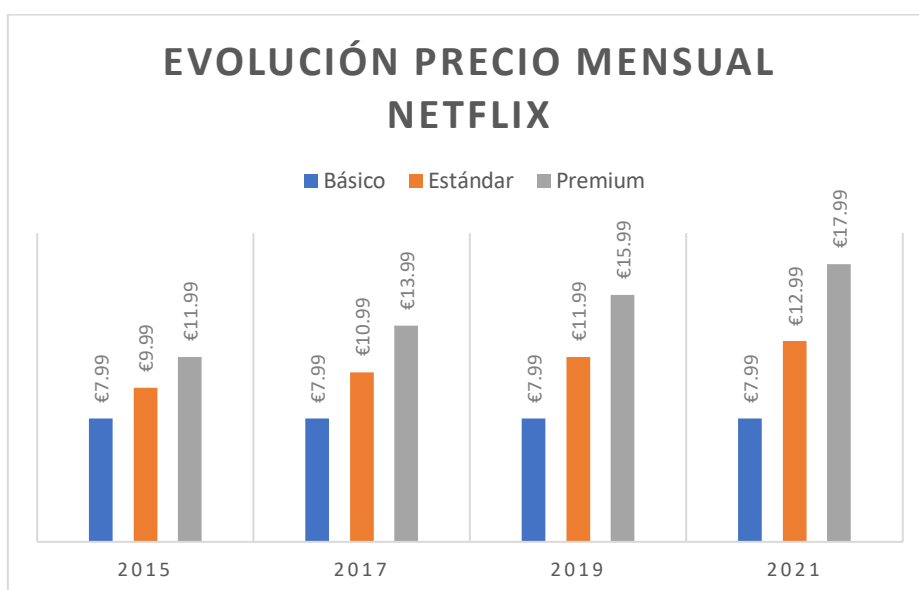
Netflix ya estaba invirtiendo 5.000 millones de dólares al año en sus propios contenidos. En el año 2020, la previsión fue de unos 17.300 millones de dólares. Cantidades que no han dejado de subir (Makarov, 2020).

En cuanto a la evolución de los precios de los planes de suscripción, en octubre de 2015 cuando Netflix llegó a España, lo hizo ya con sus tres modalidades. El plan básico, que sólo permitía ver los contenidos en un dispositivo y sin alta definición, costaba 7,99 euros al mes. El estándar, que sí incluía la alta definición y ver los contenidos desde dos dispositivos al mismo tiempo, costaba 9,99 euros. Y, finalmente, la modalidad premium para un máximo de cuatro dispositivos y con ultra-alta definición se encontraba por 11,99 euros.

En octubre de 2017 se produjo el primer incremento: el plan estándar pasaba a costar 10,99 euros y el plan premium 13,99 euros. El plan básico fue el único en quedarse con el mismo precio, esos 7,99 euros que se mantienen intactos incluso en 2021 tras la última decisión de la empresa.

En junio de 2019 volvió a incrementarse el precio: el plan estándar pasó a 11,99 euros y el plan premium llegó hasta los 15,99 euros. Y, finalmente, el pasado mes de octubre los clientes de Netflix sufrieron un nuevo aumento de su cuota mensual: el plan estándar pasó a valer 12,99 euros al mes y el premium anotó un nuevo máximo con 17,99 euros (Solá, 2021).

Gráfico 3: Evolución precio suscripción Netflix



Fuente: La Vanguardia

- **Prime Video:** Prime Video contiene en su catálogo las últimas novedades tanto de series como de películas. La mayoría de estos títulos se pueden visualizar de forma gratuita con la suscripción a Amazon Prime, sin embargo, algunos otros que son de reciente estreno en cines se pueden comprar o alquilar. Su catálogo se caracteriza por tener contenido de todo tipo de géneros y para todos los públicos sin importar la edad. Amazon también diferencia entre los títulos producidos por Amazon Studios y los que se ha comprado los derechos a terceros.

Amazon Studios es la productora propiedad de Amazon la cual lanza cada año títulos con el sello de Amazon Originals. Estas películas o series siempre están disponibles en la plataforma Prime Video de forma gratuita, con la suscripción Prime.

El precio es de 36 euros al año (3 euros al mes) o 3,99 euros al mes (47,88 euros al año).

Con este pago se puede acceder a la plataforma Prime Video, así como al resto de beneficios de Amazon Prime, como puede ser el envío gratis en 1 día de millones de productos, Prime Reading con el que puedes leer miles de libros de forma gratuita, Prime Music para escuchar sin publicidad más de 2 millones de temas musicales, Prime Photos donde subir de forma ilimitada tus fotos a una nube de Amazon o Twitch Prime con lo que poder suscribirte cada mes al streamer que más te guste. Amazon ofrece 30 días para probarlo todo gratis.

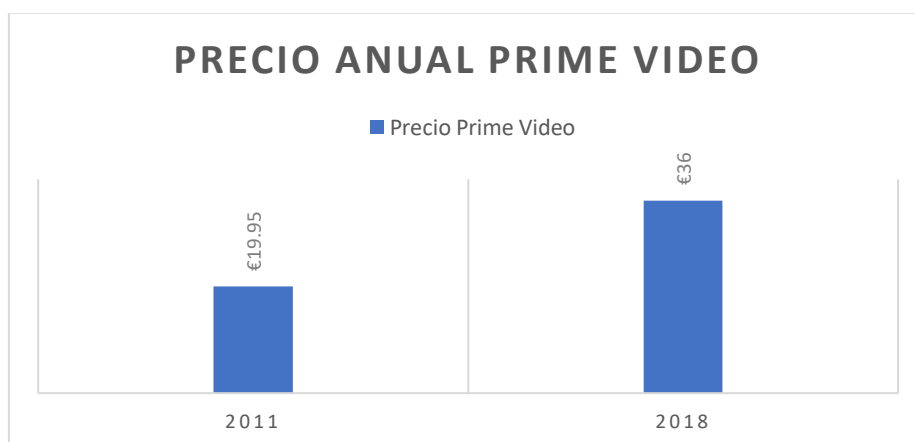
Asimismo, Prime Video permite la reproducción de su contenido en hasta 3 dispositivos al mismo tiempo. Muchos de los contenidos de Prime Video están en 4K (UHD).

En Prime Video se pueden crear diferentes perfiles desde la misma cuenta para tener un seguimiento de todo aquello que visualizas y tener todo controlado (Guirado, 2022).

Amazon, como Netflix, también está invirtiendo cada vez más en contenido propio. La inversión en esta categoría para Prime Video pasó de 1.000 millones de dólares en 2013 a los 6.000 presupuestados para 2020 (Makarov, 2020).

En cuanto a la evolución de los precios de suscripción, en el caso de Amazon Prime Video, no ha variado de gran forma ya que solo se ha incrementado una vez: tenía un coste de 19,95 euros anuales hasta que en 2018 se subió a 36 euros (Solá, 2021).

Gráfico 4: Evolución precio suscripción Prime Video



Fuente: La Vanguardia

- **Disney +:** El catálogo de Disney + está diferenciado según temáticas, se puede elegir por ejemplo el apartado de Disney, el de Marvel, Star Wars, etc. Dentro de cada sección aparece todo el contenido de cada franquicia o productora. También cuenta con un apartado de recomendaciones las cuales varían en función de lo que se está viendo gracias al algoritmo de Disney +.

Otra clasificación que se encuentra en la plataforma de Disney + es la que diferencia diferentes apartados: originales, series y películas.

Disney + está incluido en compañías de telefonía como Vodafone o Movistar.

Vodafone incluye Disney+ en diferentes paquetes de televisión además de paquetes convergentes. Por ejemplo, podemos tener Disney+ incluido en los paquetes Family Fans y Familylovers.

- Familyfans tiene un precio de 11 euros al mes añadidos a la tarifa que ya tengamos contratada e incluye una serie de programas extras.

- Familylovers tiene un precio de 15 euros al año con suscripción a Disney y con suscripción a Amazon Prime (incluido Prime Video y el resto de ventajas).

Por su parte, Movistar ofrece a los clientes que tengan contratado Fusión Total, Fusión Total Plus y Fusión Selección Plus Ficción la suscripción a la plataforma sin coste adicional.

Disney + permite que haya hasta 10 dispositivos registrados en la misma cuenta, crear 7 perfiles diferentes ya sean infantiles o de adulto y un máximo de cuatro pantallas que pueden estar visualizando contenido dentro de la plataforma al mismo tiempo.

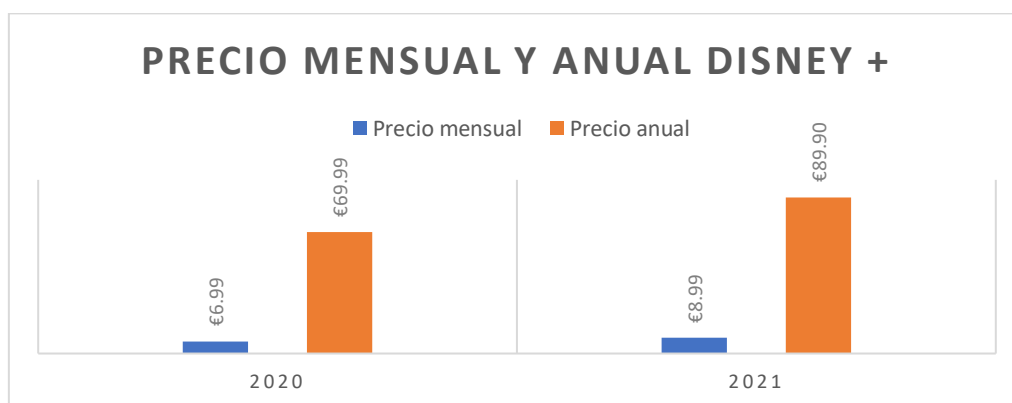
Un servicio que ofrece Disney + es el GroupWatch, con el que se pueden ver películas o series juntos creando una sala, hasta un máximo de 7 personas mientras sean perfiles de adulto y no infantiles.

El plan de Disney+ permite emitir en resolución de hasta 4K con HDR para ver el contenido con la mejor calidad.

A diferencia de Netflix, no hay varios planes de suscripción y precios. Sólo uno: desde el 23 de febrero de 2021 el precio ha subido a 8,99 euros al mes o 89,99 euros al año (García, 2022).

En cuanto a la evolución de los precios de suscripción, la empresa se instaló en España con un precio de 6,99 euros mensuales y una suscripción anual de 69,99 euros. En febrero de 2021 protagonizó, como se acaba de señalar, su primera subida: 8,99 euros al mes y, en caso de contratar directamente un año del servicio, 89,90 euros (Solá, 2021).

Gráfico 5: Evolución precio suscripción Disney +



Fuente: La Vanguardia

A continuación, en relación a todo lo comentado en el punto 2.2, la siguiente tabla recoge a modo de resumen toda la información sobre estas tres plataformas de streaming.

*Tabla 1: Resumen Netflix, Prime Video y Disney +*

	NETFLIX	PRIME VIDEO	DISNEY +
Resolución	4K	4K HDR	4K
Disp. a la vez	1,2 o 4	3	4
Chrome cast.	SI	SI	SI
Perfiles	Hasta 6	Hasta 6	Hasta 7
Perfil infantil	SI	NO	SI
Modo offline	SI	SI	SI
Producciones propias	SI	SI	SI
Prueba gratis	NO	SI	SI
Precio	7,99€/mes: 1 pant. 12,99€/mes: 2 pant. 17,99€/mes: 4 pant.	36€/año 3,99€/mes	89,99€/año 8,99€/mes

*Fuente: Xataka*

## 2.3 Evolución

La evolución de estas plataformas de streaming la estudiaremos desde dos puntos de vista muy diferentes: uno de ellos será el número de suscriptores que ha ido teniendo cada plataforma y el otro será el precio de cotización en bolsa. Observaremos también los efectos que ha tenido la pandemia COVID-19 sobre estas plataformas principalmente en la evolución de los dos puntos de vista que vamos a estudiar.

En primer lugar, en cuanto al número de suscriptores, como se muestra en el gráfico 6, las tres plataformas muestran una evolución creciente.

Gráfico 6: Crecimiento suscriptores de cada plataforma



Fuente: Statista

**Netflix:** Netflix captó en 2020 más de 37 millones de suscriptores y logró superar los 200 millones de usuarios de pago en todo el mundo gracias a la pandemia y como consecuencia del confinamiento. Esto permitió a Netflix alcanzar una facturación anual de 25.000 millones de dólares, aumentando en 5.000 millones la cifra del año anterior.

En la actualidad el crecimiento de Netflix depende principalmente de su desarrollo internacional. En Estado Unidos y Canadá solo ha aumentado el número de suscriptores un 14% desde 2018. En América Latina ese porcentaje aumenta hasta un 44% y logra alcanzar un 76% en la región Europa- Medio Oriente- África y un 141% en la región Asia-Pacífico (Gaudiaut, 2021).

**Prime Video:** En enero de 2021, más de 200 millones de personas pertenecían a Amazon Prime según indicó Jeff Bezos en una carta a sus accionistas. Cifra muy superior a los 150 millones de personas del tercer trimestre de 2019, lo que supuso un incremento del 33%. Por lo que el servicio Prime de Amazon no está muy lejos en cuanto a suscriptores de los 204 millones con los que Netflix cerró 2020 (Medios, 2021).

**Disney+:** En el tercer trimestre de 2021, Disney+ sufrió una desaceleración del incremento de suscriptores, únicamente aumentó 2,1 millones. Sin embargo, al celebrar su segundo aniversario el 12 de noviembre, se recuperó rápidamente; el 1 de enero de 2022, Disney+ aumentó 12 millones de suscriptores en el último trimestre, cifra bastante superior a la del trimestre anterior.



Disney hizo una previsión y se marcó el objetivo de alcanzar entre 60 y 90 millones de suscriptores en 2024 y alcanzó esta cifra 3 años antes, a finales de 2020 gracias entre otras cosas al confinamiento debido a la pandemia (Mena, 2022).

En resumen, la pandemia ha tenido un efecto muy positivo en cuanto al número de suscriptores de cada plataforma: Netflix captó 37 millones de nuevos suscriptores y Disney+ alcanzó el objetivo de llegar a 90 millones de suscriptores en 2024, 3 años antes.

A continuación, se comenta el precio de las acciones de estas plataformas y su evolución durante el confinamiento debido a la pandemia por el COVID-19.

**Netflix:** Las acciones de Netflix Inc. llegaron a máximos históricos el miércoles 15 de abril de 2020, la compañía consolidó su reputación como la opción de entretenimiento preferida en un mundo altamente cerrado por la pandemia de coronavirus. Dada la suspensión de las temporadas deportivas y el cierre de muchos cines, Netflix y otros servicios de transmisión de video llenaron el vacío de entretenimiento para millones de usuarios en todo el mundo. Los datos revelan que la aplicación de Netflix tuvo un aumento en las descargas, particularmente en áreas con una gran cantidad de casos de coronavirus (Vlastelica, 2020).

Gráfico 7: Evolución cotización Netflix al inicio de pandemia COVID-19



Fuente: Investing

Como se observa en el gráfico, el precio de cotización de Netflix ascendió de 291,02€ en marzo de 2020 a 391,76€ a finales de abril de 2020, los meses que comprenden el principio de la pandemia y del confinamiento. Al contrario que la mayoría de empresas del mundo las cuales su precio de cotización se desplomó, las plataformas digitales de streaming fueron las grandes beneficiadas al incrementar suscriptores principalmente por el confinamiento.

**Amazon Prime Video:** El gigante estadounidense del comercio electrónico Amazon alcanzó la máxima cotización en bolsa de su historia en plena pandemia de COVID-19, la crisis sanitaria supuso un incremento del volumen de negocio. El buen momento que vivió Amazon en cuanto a volumen de negocio se debió principalmente a las medidas que se tuvieron que hacer efectivas para frenar la pandemia como pudo ser el confinamiento o el distanciamiento social, se cerraron muchas tiendas físicas por lo que el comercio electrónico se disparó (Mena, 2021).

Gráfico 8: Evolución cotización Amazon al inicio de pandemia COVID-19



Fuente: Investing

Como se observa en el gráfico, el precio de cotización de Amazon pasó de 1630,3€ al inicio de la pandemia a mediados de marzo a 2469,98€ a finales de abril. En el caso de Amazon no se debe tanto únicamente a su plataforma de Prime Video, también sufrió un gran auge el comercio online.

**Disney +:** En el caso de “Walt Disney Company” el precio de cotización también subió de 78,39\$ a mediados de marzo a 112,92\$ a finales de abril. La subida no fue tan grande como las de las otras dos empresas anteriores ya que en esta empresa también afectaron otras cosas como el tener que cerrar los parques de Disney en sus diferentes ciudades.

Gráfico 9: Evolución cotización Walt Disney Company al inicio de pandemia COVID-19



Fuente: Investing

### 3. Metodología

#### 3.1 Población objeto de estudio y plan de muestreo

La población objeto de estudio está formada por personas mayores de 18 años, principalmente jóvenes que sean suscriptores de alguna de las tres plataformas de streaming de las cuales estamos realizando la investigación y que residan en España.

El plan de muestreo que se ha utilizado ha sido un muestreo no probabilístico de conveniencia ya que se ha seleccionado una muestra de la población accesible, es decir, las personas que componen la muestra se seleccionan porque están fácilmente disponibles y porque se sabe que pertenecen al grupo de interés, no se han seleccionado mediante un criterio estadístico. Este tipo de procedimiento es muy útil ya que es muy rápido obtener las respuestas de la muestra y el coste es muy bajo, en este caso nulo. Sin embargo, al ser un muestreo no probabilístico, no se pueden generalizar los resultados a toda la población.

#### 3.2 Tipo de encuesta y recogida de información

La encuesta que se ha utilizado para la recogida de información, es una encuesta autoadministrada por internet, ya que ha sido contestada por los encuestados sin la presencia del encuestador. Es una encuesta creada con Google Formularios, la cual se

puede ver en el anexo 1 y se ha distribuido de forma individual a cada persona vía WhatsApp.

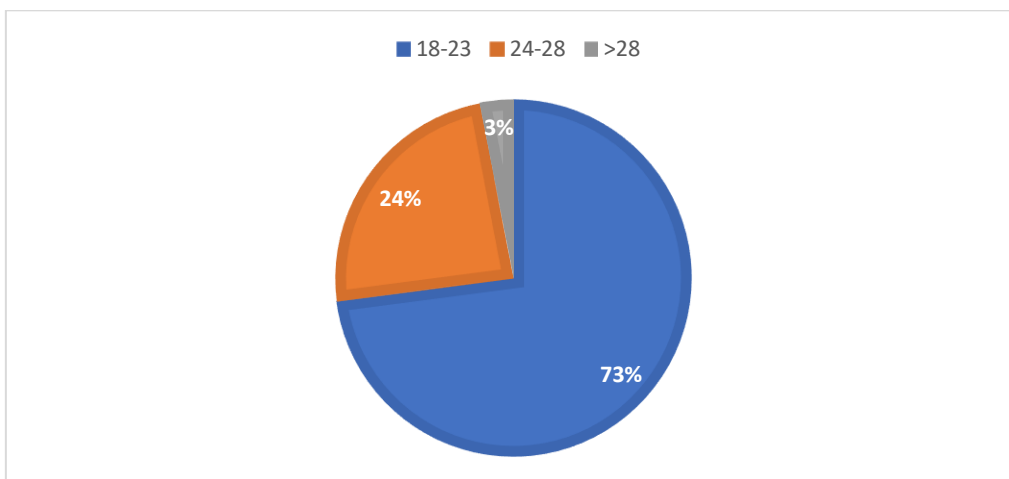
Nuestra muestra, formada por todos los usuarios de alguna de las tres plataformas de streaming de las cuales estamos realizando el estudio, en total suma una cantidad de 133 personas. Por último, la recogida de información ha durado desde el día 9 de mayo de 2022 hasta el día 15 de mayo de 2022, es decir, el periodo de recogida de información ha durado 7 días.

### 3.3 Características de la muestra

A continuación, se van a describir las características principales de la muestra:

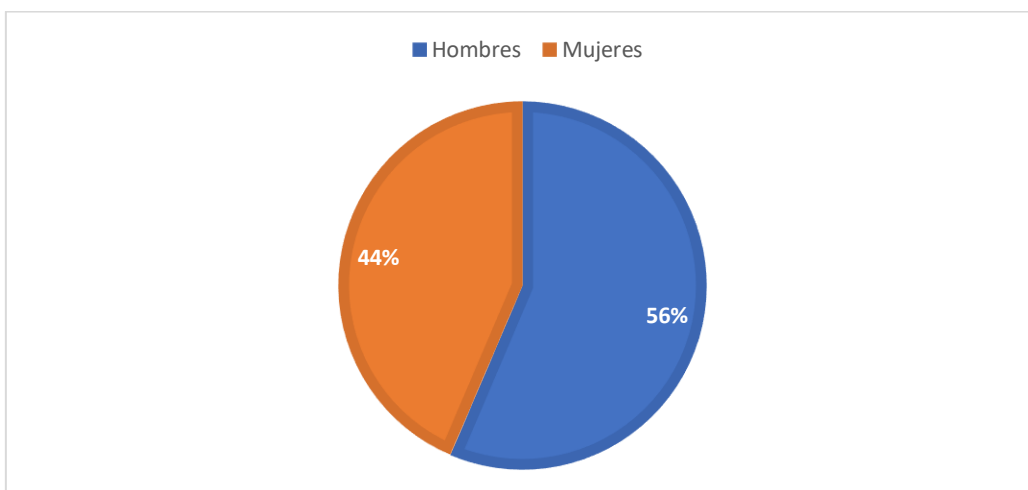
En primer lugar, se ha calculado la edad media de la muestra (23,25 años) y se ha analizado la muestra por intervalos. Como se puede observar en el gráfico 10, el 73% de la muestra se encuentra entre 18 y 23 años, el 24% tiene entre 24 y 28 años y únicamente el 3% es mayor de 28 años.

Gráfico 10: Edad



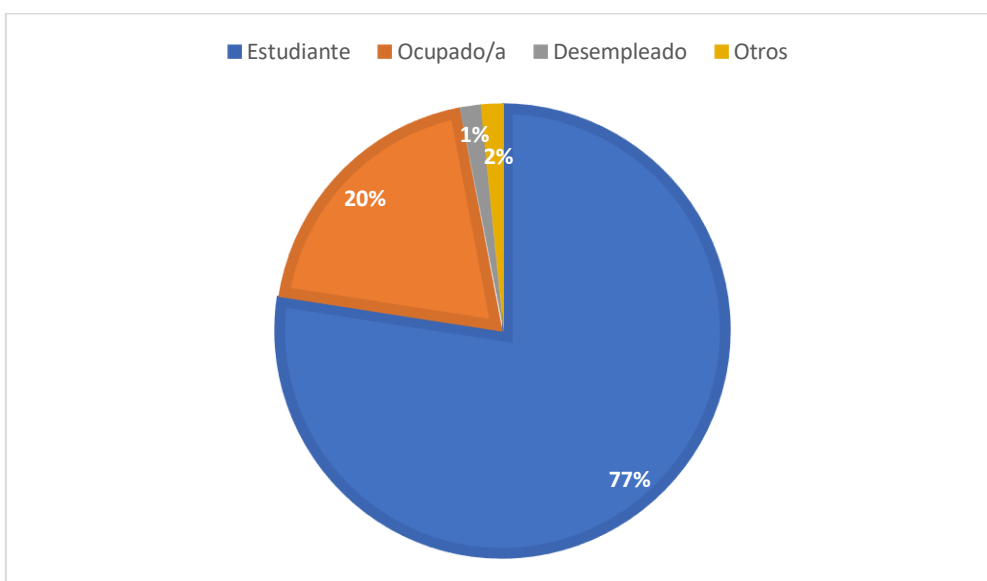
En cuanto a la variable sexo, como se puede observar en el gráfico 11, es ligeramente superior el número de hombres que son usuarios de estas plataformas de streaming al de mujeres.

Gráfico 11: Sexo



Por último, para conocer nuestra muestra, analizaremos la variable ocupación. Como se puede ver en el gráfico 12, como la muestra está formada por gente joven, el 77% son estudiantes, el 20% se encuentran trabajando y únicamente un 1% se encuentra desempleado/a.

Gráfico 12: Ocupación

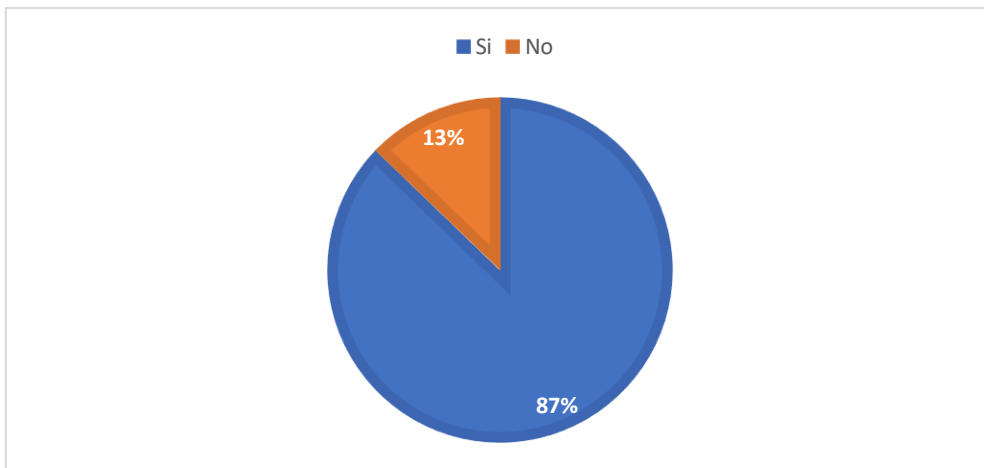


## 4. Análisis de resultados

En este apartado daremos respuesta a los objetivos de la investigación planteados anteriormente. Para ello, utilizaremos toda la información recogida mediante la encuesta realizada.

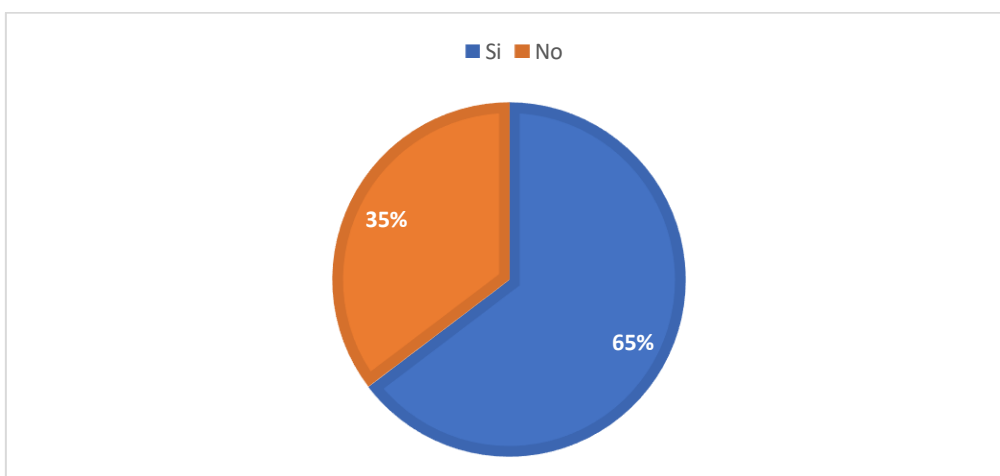
En cuanto al hábito de consumo de estas plataformas, se va a analizar individualmente que plataformas se consumen. En primer lugar, con Netflix, como se puede ver en el gráfico 13, una gran mayoría de la muestra (87%) es suscriptor/a de esta plataforma, lo que nos indica que realmente es una de las principales plataformas en el mercado.

Gráfico 13: Suscriptores Netflix



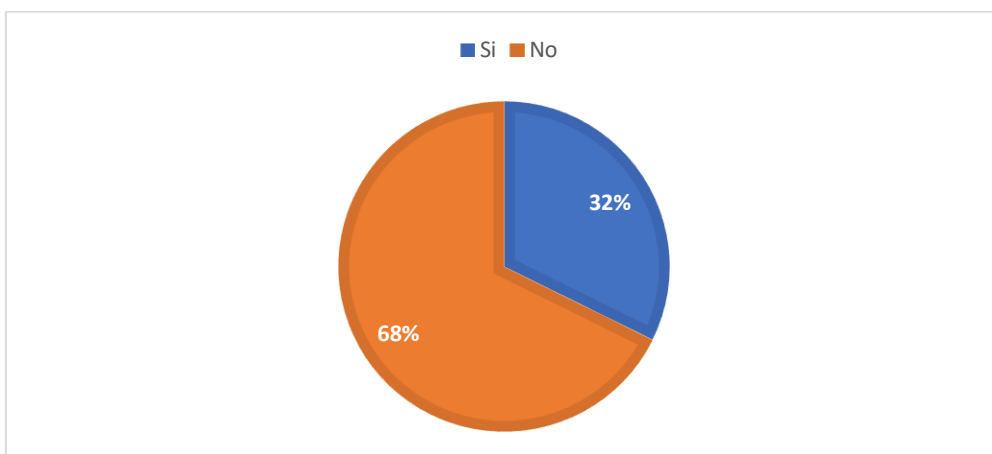
En relación a Prime Video, según la revisión realizada en el apartado dos, es la segunda plataforma con más suscriptores. Como se puede ver en el gráfico 14 también cuenta con un porcentaje alto (65%) de suscriptores dentro de la muestra.

Gráfico 14: Suscriptores de Prime Video



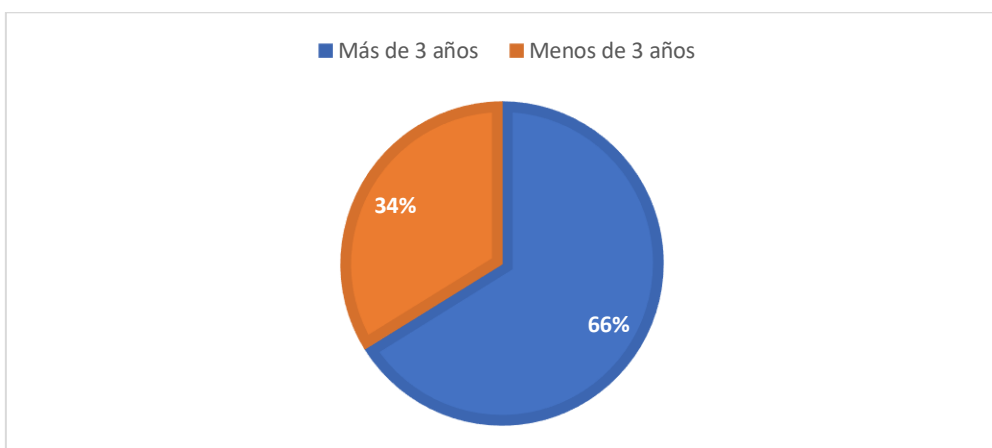
Por último, según los datos mostrados anteriormente, Disney+ sería la plataforma que menos suscriptores tenía de estas tres, y, como se puede ver en el gráfico 15, solo un 32% es suscriptor/a de esta plataforma. Los resultados verificarían el orden de estas plataformas en cuanto al número de suscriptores. Sin embargo, este dato resulta un poco bajo para tratarse de la supuesta tercera plataforma con más suscriptores en la actualidad.

Gráfico 15: Suscriptores Disney +



Al analizar el siguiente objetivo, desde cuándo son suscriptores de estas plataformas, se puede observar en el gráfico 16 que la mayoría de los encuestados (66%) son suscriptores de alguna de estas plataformas desde hace más de 3 años.

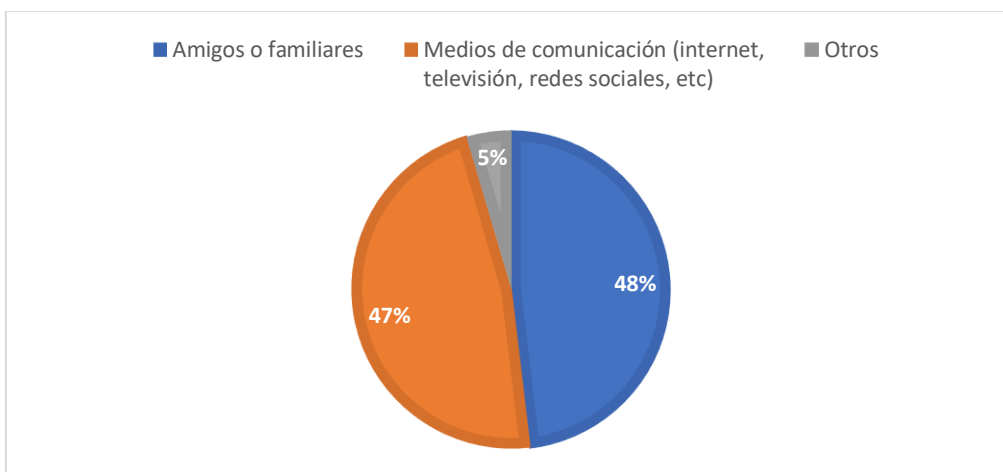
Gráfico 16: Tiempo de suscripción



El siguiente análisis es sobre cómo conocieron la existencia de estas plataformas. Cómo se puede observar en el gráfico 17 principalmente son dos las formas de conocerlas y los porcentajes son muy similares. Un 47% supo de la existencia de estas plataformas mediante los medios de comunicación, ya sean las redes sociales, televisión o internet. Un 48% las conoció mediante amigos o familiares, un dato bastante curioso, ya que, a pesar de la importancia que tienen en la actualidad los medios de comunicación a la hora

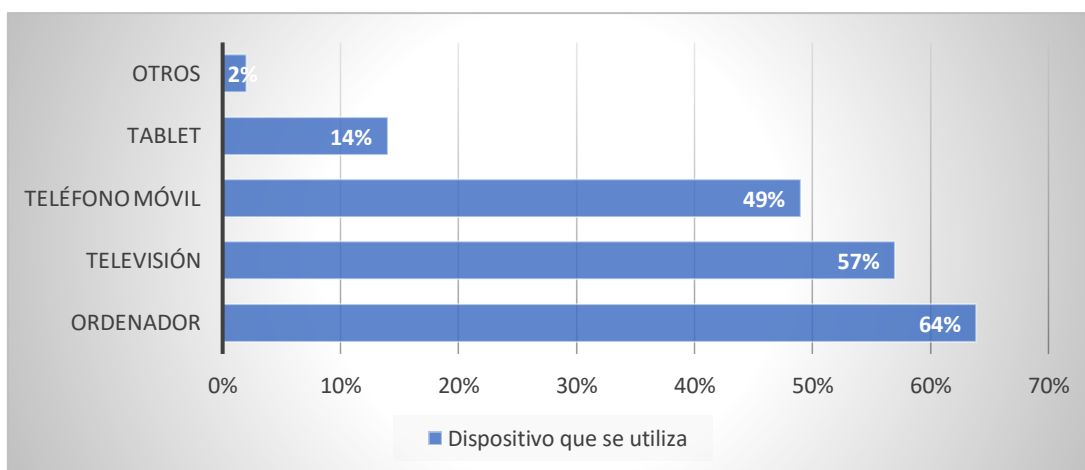
de hacer publicidad, principalmente las redes sociales, es ligeramente superior la cantidad de gente que las ha conocido mediante el boca-boca con amigos o familiares.

Gráfico 17: Forma de conocer la existencia de estas plataformas



En cuanto a los dispositivos que principalmente se usan para ver contenido en estas plataformas, como se puede observar en el gráfico 18 los dispositivos más utilizados son el ordenador (64%) y la televisión (57%). El teléfono móvil (49%) es la siguiente forma de ver contenido muy por encima de la tablet (14%). “Otros dispositivos” cuenta con un 2%.

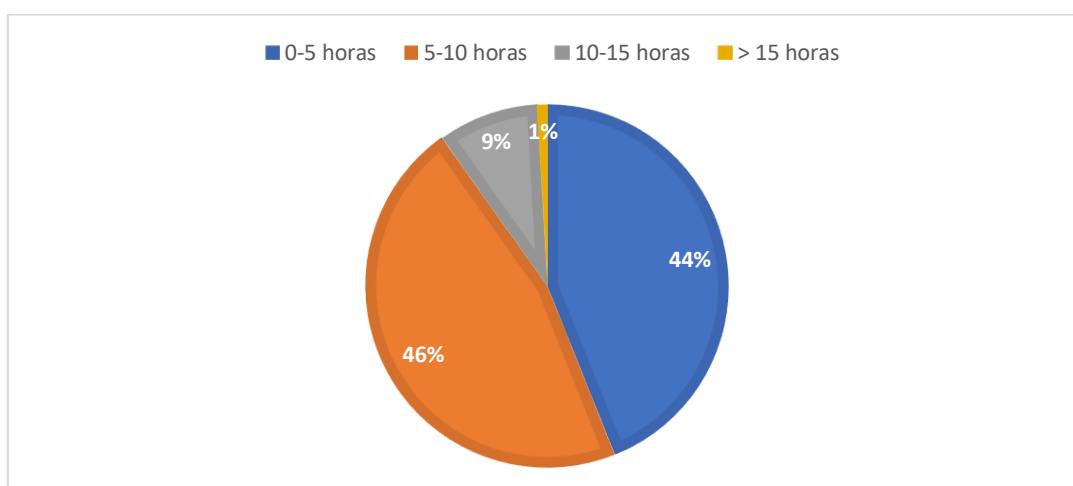
Gráfico 18: Dispositivos utilizados para ver contenido



Por último, analizaremos la frecuencia de uso de estas plataformas. Como se observa en el gráfico 19, un 46% de las personas que tienen alguna suscripción con estas plataformas visualiza contenido entre 5 y 10 horas semanales, un 44% visualiza contenido menos de 5 horas semanales, un 9% entre 10 y 15 horas semanales y únicamente un 1% más de 15 horas semanales, por lo que la gran mayoría (90%) hace uso de estas plataformas menos de 10 horas semanales.



Gráfico 19: Frecuencia de uso semanal



Dentro del análisis de este objetivo, es interesante diferenciar por sexo la información relativa a la frecuencia de uso, por ello, hemos recogido en la siguiente tabla los datos diferenciando entre las respuestas de hombres y mujeres.

Tabla 2: Diferenciación entre hombres y mujeres en cuanto a frecuencia de uso semanal

	Hombres	Mujeres	Hombres (%)	Mujeres (%)
<b>Menos de 5 horas</b>	36	23	48%	40%
<b>Entre 5 y 10 horas</b>	33	29	44%	50%
<b>Entre 10 y 15 horas</b>	6	6	8%	10%
<b>Más de 15 horas</b>	0	0	0%	0%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

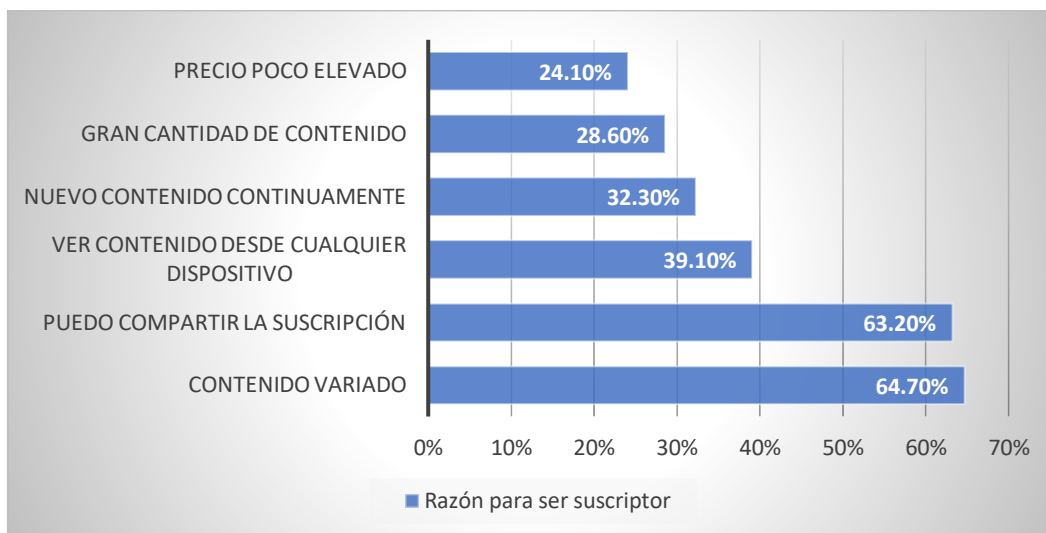
Como se observa en la tabla 2, teniendo en cuenta los porcentajes de las respuestas “Menos de 5 horas” y “Entre 5 y 10 horas” ya que son las más significativas ya que el 90% de los encuestados han contestado una de estas dos, se puede ver como las mujeres dedican más tiempo semanalmente a la visualización de contenido en estas plataformas ya que su porcentaje (50%) es mayor que el de los hombres (44%) en la respuesta “Entre 5 y 10 horas” y también se puede ver como el porcentaje de los hombres (48%) es mayor que el de las mujeres (40%) en la respuesta “Menos de 5 horas”.

A continuación, se va a analizar lo que los usuarios valoran positivamente de estas plataformas, es decir, por qué son suscriptores de alguna de ellas.

Se observa en el gráfico 20 que los dos aspectos que más valora la gente a la hora de elegir o de hacerse suscriptor de una plataforma son la variedad de contenido (64,70%) y el poder compartir la suscripción con otras personas (63,20%). Bastante por debajo se encuentra el poder ver contenido desde cualquier dispositivo (39,10%). El sacar nuevo contenido continuamente (32,30%), la cantidad de contenido (28,60%) y el precio poco

elevado (24,10%) son las razones que menos atrae a la gente a la hora de hacerse suscriptor. Lo destacable de estas respuestas es que la razón que menos impulsa a la gente a ser suscriptor de una plataforma es que el precio sea poco elevado, es decir, para la gente, el ser suscriptor de alguna de estas plataformas sigue siendo un poco caro.

Gráfico 20: Razón para ser suscriptor



A la hora de analizar las posibles mejoras que los encuestados realizarían en las plataformas a las que están suscritos, en primer lugar, se analizarán las posibles mejoras de forma general, y luego se analizará cada plataforma individualmente.

Como se puede ver en la siguiente tabla, haciendo un recuento de respuestas marcadas sobre la escala del 1 (mejora más preferida) al 5 (mejora menos preferida), la posible mejora que más le gusta a la muestra es la de crear ofertas para clientes fieles, elegida por un 24,81% de la muestra, le sigue la rebaja del precio, la cual es la preferida por un 23,3%, aspecto que ya hemos comentado que era muy importante para los usuarios. En cuanto a la posible mejora que menos prefieren los usuarios, se encuentra el aumento de resolución, elegido por un 23.3%.

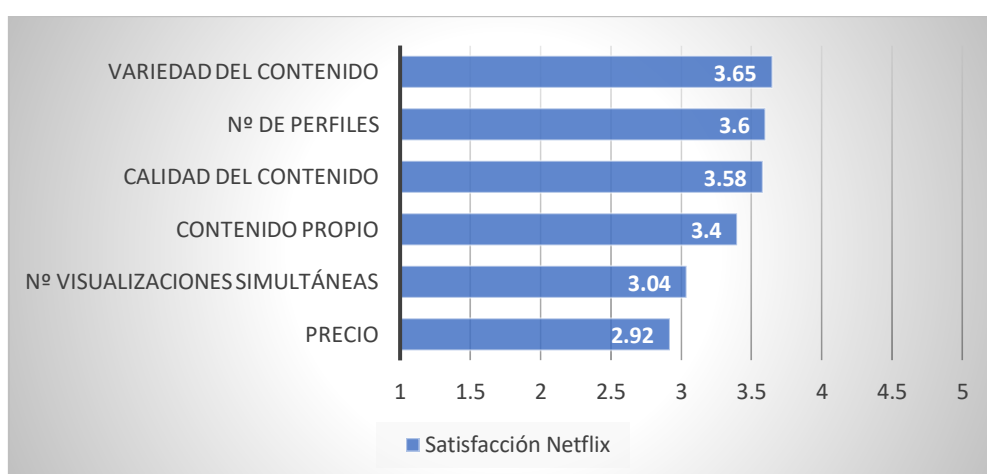
Tabla 3: Mejoras que más se prefieren

	1	2	3	4	5
<b>Aumento de contenido</b>	20.3%	16.54%	21.04%	22.56%	19.54%
<b>Rebaja del precio</b>	23.3%	21.80%	18.05%	15.79%	21.07%
<b>Aumento de dispositivos</b>	10.52%	19.55%	25.56%	28.57%	15.79%
<b>Ofertas para clientes fieles</b>	24.81%	23.3%	16.54%	15.03%	20.3%
<b>Aumento de resolución</b>	21.07%	18.81%	18.81%	18.05%	23.3%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

En relación a la satisfacción con Netflix, si nos fijamos en el gráfico 21, siendo la escala del 1 (poco satisfecho) a 5 (muy satisfecho) y calculando la media de lo que han contestado los usuarios de Netflix, se puede ver como el aspecto con el que están más satisfechos sus usuarios es la variedad de contenido que ofrece esta plataforma (3.65) y con lo que menos satisfechos están es con el precio (2.92).

La satisfacción que tienen los usuarios de esta plataforma sobre ella en general es de 3.64 en una escala del 1 (poco satisfecho) al 5 (muy satisfecho).

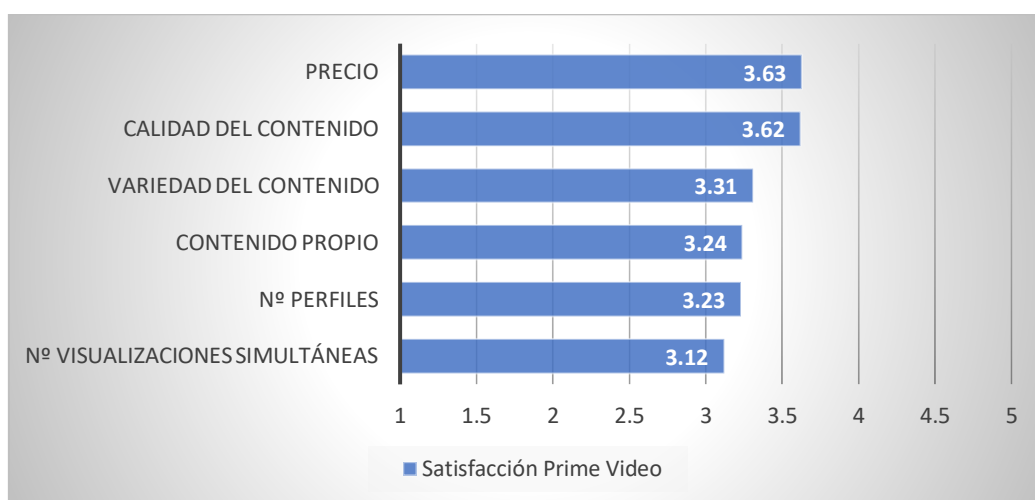
Gráfico 21: Satisfacción sobre aspectos de Netflix



Al analizar la satisfacción de los usuarios con los diferentes aspectos de Prime Video de la misma forma y escala que hemos utilizado con Netflix, podemos observar en el gráfico 22 que, al contrario que los usuarios de Netflix, los usuarios de Prime Video con el aspecto con el que más satisfechos están es con el precio de la plataforma (3.63). El aspecto con el que menos satisfechos están sería el número de visualizaciones simultáneas que permita la plataforma (3.12).

La satisfacción que tienen los usuarios de esta plataforma sobre ella en general es de 3.6 en una escala del 1 (poco satisfecho) al 5 (muy satisfecho).

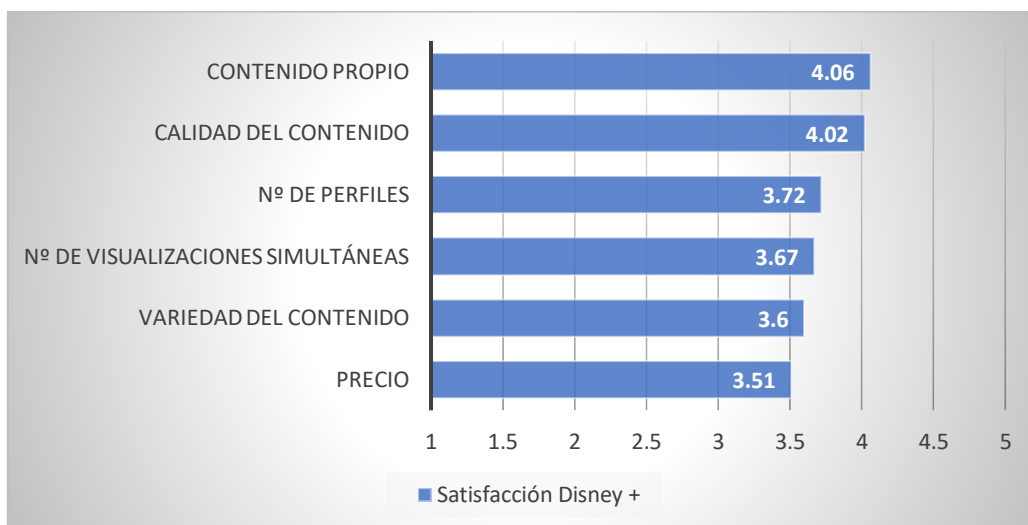
Gráfico 22: Satisfacción sobre aspectos Prime Video



De la misma forma y con la misma escala que los dos anteriores, se analizarán los aspectos con los que más satisfechos están los usuarios, en este caso, de Disney +. Se observa en el gráfico 23 que los usuarios de esta plataforma, están poco satisfechos con el precio (3.51), como los usuarios de Netflix. El aspecto con el que más satisfechos están los usuarios es el contenido propio (4.06).

La satisfacción que tienen los usuarios de esta plataforma sobre ella en general es de 3.98 en una escala del 1 (poco satisfecho) al 5 (muy satisfecho).

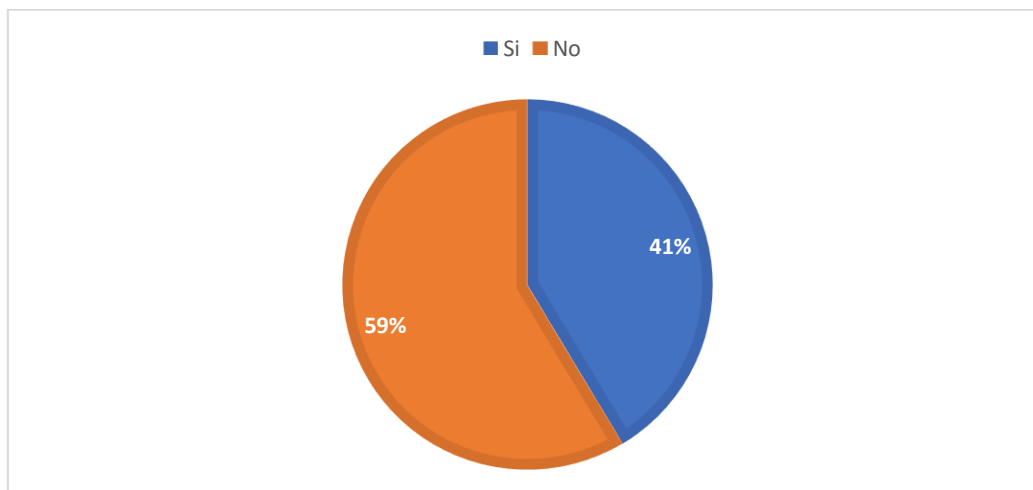
Gráfico 23: Satisfacción sobre aspectos Disney +



El siguiente objetivo a analizar será el efecto que tuvo la pandemia en estas plataformas, desde el punto de vista de los encuestados.

Como indica el gráfico 24, un 41% de los encuestados que se suscribieron hace menos de tres años, decidió suscribirse a alguna de estas plataformas durante la pandemia. Es por tanto un porcentaje bastante alto de suscriptores nuevos a raíz de la pandemia.

Gráfico 24: Personas que se suscriben a raíz de la pandemia



En la tabla 4, se puede ver el grado de acuerdo medio de los usuarios de estas plataformas con diferentes afirmaciones, siendo en la escala el 1 (totalmente en desacuerdo) y 5 (totalmente de acuerdo).

Según los resultados, los usuarios confirman que durante el confinamiento dedicaron mucho más tiempo del habitual a ver contenidos en estas plataformas (3.9). Algo menos

de acuerdo están en que con la vuelta de la denominada “nueva normalidad” han reducido el tiempo de ver contenidos (3.48). Además, consideran que fue bastante adecuado el nuevo contenido que sacaron durante el confinamiento (3.28), pero podría haber sido más para algunos usuarios y presentan un nivel de acuerdo medio con la frase relativa a que se dedicó más tiempo a ver contenidos por las noches que por el día (3.15) más usuarios están de acuerdo con esto. Con lo que están en desacuerdo, es con que ver contenidos en las plataformas de streaming fue su principal actividad (2.49).

Tabla 4: Grado de acuerdo con afirmaciones sobre aspectos de la pandemia por el COVID-19

FRASES	MEDIA
Durante el confinamiento dediqué mucho más tiempo del habitual a ver contenidos en las plataformas de streaming.	3.9
Con la vuelta de la denominada “nueva normalidad” he reducido el tiempo dedicado a ver contenidos en las plataformas de streaming.	3.48
Me parece adecuado el nuevo contenido que sacaron estas plataformas de streaming durante el confinamiento.	3.28
Ver contenidos en las plataformas de streaming fue mi principal actividad durante el confinamiento.	2.49
Durante el confinamiento dediqué más tiempo a ver contenidos por las noches que por el día.	3.15

A la hora de analizar el perfil de los usuarios de cada plataforma, en cuanto al género, según los porcentajes que se observan en la siguiente tabla no hay mucha diferencia entre hombres y mujeres, en la plataforma que más diferencia hay es en Prime Video, donde un 60% de los usuarios son hombres y un 40% mujeres.

Tabla 5: Distribución del género de los usuarios de cada plataforma

	Netflix	Prime Video	Disney +	% Netflix	% Prime Video	% Disney +
Hombres	63	52	24	54%	60%	56%
Mujeres	53	34	19	46%	40%	44%
Total	116	86	43	100%	100%	100%

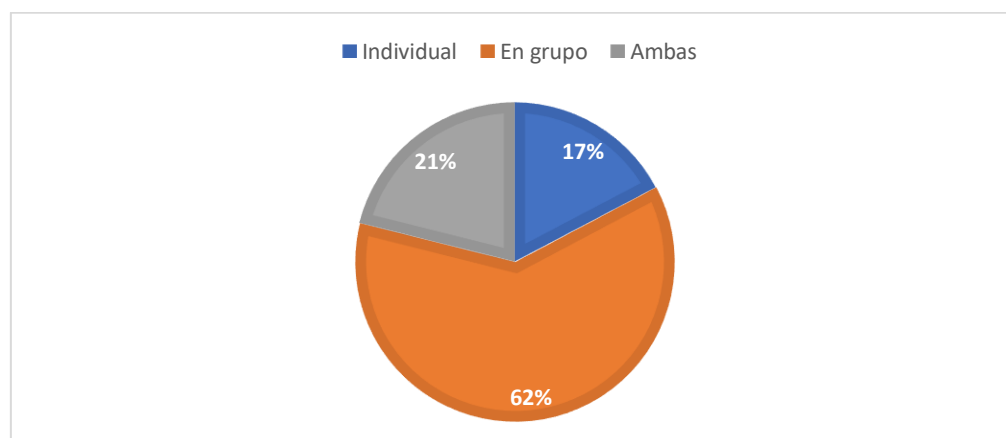
En cuanto al contenido que más visualizan los usuarios de cada plataforma, se observa en la siguiente tabla como los datos de Netflix y de Prime Video son bastante parecidos. Sin embargo, a la hora de analizar el contenido que ven los usuarios de Disney +, hay un claro aumento en el porcentaje de público que ve contenido infantil y decrecen los porcentajes tanto de documentales como de acción.

Tabla 6: Distribución del contenido visualizado de cada plataforma

	<b>NETFLIX</b>	<b>PRIME VIDEO</b>	<b>DISNEY +</b>
<b>INFANTIL</b>	2%	1%	14%
<b>COMEDIA</b>	27%	26%	24%
<b>ACCIÓN</b>	26%	26%	19%
<b>TERROR</b>	7%	7%	10%
<b>AVENTURAS</b>	14%	13%	12%
<b>CIENCIA FICCIÓN</b>	14%	16%	15%
<b>DOCUMENTALES</b>	10%	10%	6%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

También podemos analizar el tipo de suscripción que tienen los usuarios de estas plataformas. Como se puede ver en el gráfico 25, la gran mayoría de la muestra tiene contratado un plan de suscripción en grupo (62%), ambos planes los tienen contratados un 21% de la muestra, y planes individuales únicamente los tienen contratados un 17% de la muestra.

Gráfico 25: Tipo de suscripción



## 5. Conclusiones

Una vez ya analizados los resultados que dan respuesta a los objetivos de la investigación a través de las repuestas de la encuesta, extraemos una serie de conclusiones.

Los resultados de la encuesta concuerdan con la información comentada en este trabajo en cuanto al número de usuarios de cada plataforma. Así, un 87% de la muestra es usuario de Netflix, siendo la más utilizada; en segundo lugar, está Prime Video con un 65% de usuarios; y, por último, Disney + con un 32%.

En cuanto a los usuarios de estas plataformas, un 66% es suscriptor desde hace más de 3 años, teniendo en cuenta que Netflix llegó a España en 2015 y Prime Video en 2016 se puede ver que estas plataformas no tardaron mucho tiempo en tener éxito en España. En el caso de Disney + al llegar a España en 2020, es imposible que los encuestados fueran suscriptores desde hace más de 3 años.

Un 62% de la muestra tiene un plan de suscripción en grupo mientras que solo un 17% tiene un plan individual, esto se puede deber principalmente para ahorrar a la hora de pagar la suscripción ya que para los usuarios es importante el precio.

Los dispositivos más utilizados para ver contenido en estas plataformas son el ordenador y la televisión, por encima del teléfono móvil, puede ser debido al tamaño de la pantalla, y por encima de la tablet, en este caso puede ser debido a que el porcentaje de gente que tiene tablet es mucho menor al de gente que tiene televisión u ordenador.

El 90% de la muestra ve contenido en estas plataformas menos de 10 horas semanales, y en cuanto al uso de estas en relación al género, las mujeres hacen más uso de estas plataformas que los hombres.

Los usuarios de Netflix y Disney + no están satisfechos con el precio que tienen estas plataformas en la actualidad. Sin embargo, los usuarios de Prime Video están muy de acuerdo con el precio, esto puede ser a que Prime Video está incluido en el precio de la suscripción de Amazon Prime.

En cuanto a las personas que se suscribieron a alguna de estas plataformas a raíz de la pandemia, un 41% pertenece a ese grupo, más o menos parecido a las personas que son suscriptoras desde hace menos de 3 años (34%).



La pandemia ha tenido un impacto positivo muy grande en estas plataformas, tanto a nivel bursátil como en el aumento de suscriptores en este periodo. A causa de este aumento de demanda a raíz de la pandemia, los precios de estas plataformas también se han incrementado un poco.

Durante el confinamiento los usuarios dedicaron mucho más tiempo del habitual a ver contenido. Sin embargo, con la vuelta de la nueva normalidad volvieron a reducir su tiempo de visualización de contenido.

En cuanto al perfil de los usuarios en relación al contenido que visualizan, los datos son bastantes parecidos en las tres plataformas excepto en el contenido infantil, Disney + lidera este género con un 14% mientras que Netflix tiene un 2% de usuarios que ven este tipo de contenido y Prime Video un 1%. La diferencia es muy notable, por lo que se podría decir que las personas se hacen suscriptor de Disney + principalmente por su contenido infantil.

También nos encontramos con una limitación, ya que, como la muestra está formada principalmente por gente joven y los resultados no son generalizables a toda la población.

## 7. Bibliografía

- Gómez Bolaños, D. (05 de octubre de 2020). *Plataformas de streaming: este es el secreto de su éxito.* EROSKI Consumer. <https://www.consumer.es/tecnologia/internet/plataformas-streaming-secreto-exito.html>
- Becerra, B. (28 de febrero de 2022). *Netflix sigue siendo la plataforma de streaming con mayor número de suscriptores.* La República. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/netflix-sigue-siendo-la-plataforma-de-streaming-con-mayor-numero-de-suscriptores-3290232>
- Cineconñ. (24 de enero de 2022). *Filmin supera por primera vez a Movistar+ en cuota de mercado según JustWatch.* <https://cineconn.es/filmin-movistar-justwatch-audiencias/>
- Refojos, M. (28 de octubre de 2020). *2020, el año del streaming: así está cambiando el mundo esta tendencia.* elPeriodico. <https://www.elperiodico.com/es/activos/innovadores/20201028/2020-el-ano-del-streaming-asi-esta-cambiando-el-mundo-esta-tendencia-8176452>
- Pacheco San Juan, C. (27 de mayo de 2021). *Esta es la historia y evolución de Netflix.* Eldiariodefinanzas. <https://eldiariodefinanzas.com/historia-de-netflix-como-nace-evolucion-duenos-resumen/>
- Millán, V. (12 de octubre de 2020). *La curiosa historia tras Amazon Prime: así se creó la suscripción digital que cambió las compras online.* Hipertextual. <https://hipertextual.com/2020/10/amazon-prime-historia>
- El País. (15 de diciembre de 2016). *Amazon Prime Video llega a España.* [https://elpais.com/cultura/2016/12/14/television/1481710362\\_682135.html](https://elpais.com/cultura/2016/12/14/television/1481710362_682135.html)
- Mataus, D. (02 de diciembre de 2020). *Sobre Disney Plus: todo lo que necesitas saber.* Digitaltrends. <https://es.digitaltrends.com/entretenimiento/disney-plus-servicio-streaming/>
- Cinemascomics. (24 de enero de 2021). *Los analistas predicen que Disney Plus destronará a Netflix en la guerra del streaming.* <https://www.cinemascomics.com/los-analistas-predicen-que-disney-plus-destronara-a-netflix-en-la-guerra-del-streaming/>

- Fernández, Y. (10 de enero de 2022). *Comparativa de Disney+, Netflix, HBO, Prime Video, Movistar+ Lite, Filmin, Apple TV y Rakuten TV: catálogo, funciones y precios*. Xataka.  
<https://www.xataka.com/basics/comparativa-disney-netflix-hbo-movistar-prime-video-apple-filmin-catalogo-funciones-precios>
- Rastreator (24 de febrero de 2022). *Netflix: precios, catálogo de series y películas y dispositivos (2022)*.  
<https://www.rastreator.com/telefonía/articulos-destacados/que-es-netflix.aspx>
- Makarov, A (01 de abril de 2020). *Así ha crecido lo que invierten Netflix, Prime Video y compañía en sus contenidos originales: locura en la guerra del streaming*. Xataka.  
<https://www.xataka.com/streaming/asi-ha-crecido-que-invierten-netflix-prime-video-compania-sus-contenidos-originales-locura-guerra-streaming>
- Solá, P. (13 de octubre de 2021). *La evolución de los precios de Netflix desde que salió en España*. LaVanguardia.  
<https://www.lavanguardia.com/series/20211013/7786974/netflix-comparativa-precios.html>
- Guirado, J. (28 de febrero de 2022). *Prime Video: catálogo completo de películas y series disponibles en España*. Andro4all. <https://andro4all.com/amazon/series-peliculas-catalogo-prime-video>
- Makarov, A (01 de abril de 2020). *Así ha crecido lo que invierten Netflix, Prime Video y compañía en sus contenidos originales: locura en la guerra del streaming*. Xataka.  
<https://www.xataka.com/streaming/asi-ha-crecido-que-invierten-netflix-prime-video-compania-sus-contenidos-originales-locura-guerra-streaming>
- Solá, P. (13 de octubre de 2021). *La evolución de los precios de Netflix desde que salió en España*. LaVanguardia.  
<https://www.lavanguardia.com/series/20211013/7786974/netflix-comparativa-precios.html>
- García, R. (02 de febrero de 2022). *Todo sobre Disney Plus: Precios, series, aplicaciones y contenido*. Adslzone.
- Solá, P. (13 de octubre de 2021). *La evolución de los precios de Netflix desde que salió en España*. LaVanguardia.

- <https://www.lavanguardia.com/series/20211013/7786974/netflix-comparativa-precios.html>
- Gaudiaut, T. (20 de enero de 2021). *Netflix supera los 200 millones de suscriptores pagos*. Statista.  
<https://fr.statista.com/infographie/23976/nombre-abonnes-payants-netflix-par-region/>
  - Medios. (19 de abril de 2021). *Amazon disparó un 33% sus suscriptores Prime durante la pandemia y planta cara a Netflix*. Dircomfidencial.  
<https://dircomfidencial.com/medios/amazon-disparo-un-33-sus-suscriptores-prime-durante-la-pandemia-y-planta-cara-a-netflix-20210419-0402/>
  - Mena, M. (14 de febrero de 2022). *Disney+ se acerca a los 130 millones de suscriptores*. Statista.  
<https://es.statista.com/grafico/21626/suscriptores-de-pago-y-la-disponibilidad-de-disney-/>
  - Vlastelica, R. (15 de abril de 2020). *En la era de la pandemia, Netflix es el ganador: sus acciones suben 40%*. Pauta.  
<https://www.pauta.cl/negocios/en-era-de-pandemia-netflix-es-ganador-sus-acciones-suben-40-por-ciento>
  - Mena, M. (15 de julio de 2021). *La popularidad de Amazon antes y después de la pandemia*. Statista.  
<https://es.statista.com/grafico/25330/encuestados-que-han-comprado-en-amazon-en-los-ultimos-doce-meses/>

## Anexos

### Anexo 1: Encuesta

Hola, soy un alumno del grado en Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Zaragoza y estoy realizando un estudio sobre las principales plataformas de streaming en España. Si son usuarios de alguna de las siguientes plataformas de streaming (Netflix, Prime Video o Disney +), les agradecería su colaboración, rellenando esta breve encuesta totalmente anónima. Los datos recogidos en esta encuesta solo se utilizarán con fines académicos.

Muchas gracias por su colaboración.

**1- ¿Es suscriptor de alguna de estas plataformas de streaming: Netflix, Prime Video y/o Disney +?**

- Sí
- No (finaliza encuesta)

**2- En relación a su tipo de suscripción/es es/son:**

- Individual
- En grupo
- Ambas opciones

**3- ¿Cómo conoció la existencia de estas plataformas?**

- Amigos o familiares
- Medios de comunicación (internet, televisión, redes sociales, etc.)
- Otros

**4- ¿Hace cuánto tiempo que es suscriptor de alguna de ellas?**

- Más de 3 años (pasa a la pregunta 6)
- Menos de 3 años

**5- ¿Decidió suscribirse a alguna de estas plataformas a raíz de la pandemia por el Covid-19?**

- Sí
- No

**6- Indique su grado de acuerdo con las siguientes frases, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.**

- Durante el confinamiento dediqué mucho mas tiempo del habitual a ver contenidos en las plataformas de streaming.

<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

- Con la vuelta de la denominada “nueva normalidad” he reducido el tiempo dedicado a ver contenidos en las plataformas de streaming.

<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

- Me parece adecuado el nuevo contenido que sacaron estas plataformas de streaming durante el confinamiento.

<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

- Ver contenidos en las plataformas de streaming fue mi principal actividad durante el confinamiento.

<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

- Durante el confinamiento dediqué más tiempo a ver contenidos por las noches que por el día.

<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

**7- Aproximadamente, ¿cuánto tiempo dedica semanalmente a la visualización de contenido en estas plataformas?**

- Menos de 5 horas
- Entre 5 y 10 horas
- Entre 10 y 15 horas
- Más de 15 horas

**8- ¿Qué tipo de contenido suele visualizar? (Multirrespuesta)**

- Infantil
- Comedia
- Acción
- Terror
- Aventuras
- Ciencia Ficción
- Documentales
- Otros

**9- ¿Desde que dispositivo suele utilizarlas? (Multirrespuesta)**

- Teléfono móvil
- Tablet
- Ordenador
- Televisión

- Otros

**10- ¿Es suscriptor de Netflix?**

- Si
- No (pasa a la pregunta 13)

**11- Valore en una escala de 1 a 5 su satisfacción con los siguientes aspectos relativos a NETFLIX, siendo 1=poco satisfecho y 5=muy satisfecho.**

<b>Contenido propio</b>	○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	○ 5
<b>Variedad del contenido</b>	○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	○ 5
<b>Precio</b>	○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	○ 5
<b>Nº de perfiles</b>	○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	○ 5
<b>Nº de visualizaciones simultáneas</b>	○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	○ 5
<b>Calidad del contenido</b>	○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	○ 5

**12- Indique el grado de satisfacción con la plataforma NETFLIX, siendo 1=poco satisfecho y 5=muy satisfecho.**

<b>Netflix</b>	○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	○ 5
----------------	-----	-----	-----	-----	-----

**13- ¿Es suscriptor de Prime Video?**

- Si
- No (pasa a la pregunta 16)

**14- Valore en una escala de 1 a 5 su satisfacción con los siguientes aspectos relativos a PRIME VIDEO, siendo 1=poco satisfecho y 5=muy satisfecho.**

<b>Contenido propio</b>	○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	○ 5
<b>Variedad del contenido</b>	○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	○ 5
<b>Precio</b>	○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	○ 5
<b>Nº de perfiles</b>	○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	○ 5
<b>Nº de visualizaciones simultáneas</b>	○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	○ 5
<b>Calidad del contenido</b>	○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	○ 5

**15- Indique el grado de satisfacción con la plataforma PRIME VIDEO, siendo 1=poco satisfecho y 5=muy satisfecho.**

<b>Prime Video</b>	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
--------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

**16- ¿Es suscriptor de Disney +?**

- Si
- No (pasa a la pregunta 19)

**17- Valore en una escala de 1 a 5 su satisfacción con los siguientes aspectos relativos a DISNEY +, siendo 1=poco satisfecho y 5=muy satisfecho.**

<b>Contenido propio</b>	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
<b>Variedad del contenido</b>	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
<b>Precio</b>	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
<b>Nº de perfiles</b>	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
<b>Nº de visualizaciones simultáneas</b>	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
<b>Calidad del contenido</b>	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5

**18- Indique el grado de satisfacción con la plataforma DISNEY +, siendo 1=poco satisfecho y 5=muy satisfecho.**

<b>Disney +</b>	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
-----------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

**19- ¿Cuáles son los motivos principales por los que es suscriptor de alguna de estas plataformas?**

- Precio poco elevado
- Gran cantidad de contenido propio
- Contenido muy variado
- Puedo compartir la suscripción con amigos/familiares
- Sacan nuevo contenido constantemente
- Capacidad para ver contenido desde cualquier dispositivo



**20- A continuación, aparecen algunas posibles mejoras que las plataformas podrían ofrecer. Ordénalas, en función de su preferencia, siendo 1 la más preferida y 5 la menos preferida.**

<b>Aumento de contenido</b>	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
<b>Rebaja de precio</b>	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
<b>Aumento de dispositivos a la vez</b>	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
<b>Ofertas para clientes fieles</b>	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
<b>Aumento de resolución</b>	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5

**21- Ocupación principal**

- Estudiante
- Ocupado/a
- Desempleado/a
- Otro

**22- Edad**

**23- Sexo**

- Hombre
- Mujer