

En el laberinto de las plataformas *VOD*: Un estudio comparativo de Netflix, Amazon Prime Video, HBO, Movistar+ Lite, Filmin y Disney+

Carmen Agustín-Lacruz¹; Raquel Gómez-Díaz²

Resumen. Se describen, analizan y comparan las características de seis plataformas *VOD* disponibles en España: Netflix, Amazon Prime Video, HBO, Movistar+ Lite, Filmin y Disney+, mediante un conjunto de cuarenta rúbricas, estructuradas en cinco dimensiones: información básica, dispositivos y aplicaciones; contenidos; acceso y visualización e interacción de los usuarios. Este análisis proporciona una visión de conjunto de las plataformas que permite comprender de forma holística la evolución y las posibilidades de estos servicios *VOD*. También se ofrece una caracterización exhaustiva de cada plataforma y una comparación sistemática de sus prestaciones, mostrando sus fortalezas y limitaciones. Se concluye que los contenidos son el principal valor para atraer clientes, pero también se consideran otras prestaciones como el número de dispositivos desde los que ver o enlazar de forma simultánea; número de perfiles, control parental, extensiones para navegadores, información sobre altas, opciones de búsqueda y posibilidades para valorar y recomendar contenidos.

Palabras clave: *VOD*, Netflix, Amazon Prime Video, HBO, Movistar+ Lite, Filmin, Disney+

[en] In the maze of VOD platforms: A comparative study of Netflix, Amazon Prime Video, HBO, Movistar+ Lite, Filmin and Disney+

Abstract. The characteristics of six VOD platforms available in Spain are described, analyzed and compared: Netflix, Amazon Prime Video, HBO, Movistar+ Lite, Filmin and Disney+, through a set of forty rubrics, structured in five dimensions: basic information, devices and applications; contents; access and visualization and interaction of users. This analysis provides an overview of the platforms that allows a holistic understanding of the evolution and possibilities of these VOD services. It also offers an exhaustive characterization of each platform and a systematic comparison of its features, showing its strengths and limitations. It is concluded that the contents are the main value to attract customers, but other benefits are also considered, such as the number of devices from which to view or link simultaneously; number of profiles, parental control, browser extensions, registration information, search options and possibilities to rate and recommend content.

Keywords: VOD, Netflix; Amazon Prime Video; HBO; Movistar+ Lite; Filmin; Disney+

Sumario. 1. Introducción. 2. Objetivos. 3. Metodología. 4. Las plataformas y su evolución. 5. Análisis comparativo. 5.1. Descripción básica. 5.2. Dispositivos y aplicaciones. 5.3. Contenidos. 5.4. Acceso y visualización. 5.5. Interacción de los usuarios con la plataforma 6. Conclusiones. 7. Bibliografía.

Cómo citar: Agustín-Lacruz, C.; Gómez-Díaz, R. (2021). En el laberinto de las plataformas *VOD*: Un estudio comparativo de Netflix, Amazon Prime Video, HBO, Movistar+ Lite, Filmin y Disney+. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 32, e72919. <http://dx.doi.org/10.5209/cdmu.72113>

1. Introducción

Las tecnologías están presentes en cada etapa de la evolución de la humanidad y contribuyen a definir cada momento histórico. Forman parte de nuestra vida actual, de su orden, incertidumbre y caos. Como afirma Scolari (2018, p. 16) “utilizamos la tecnología y la hablamos, pero, al mismo tiempo, la tecnología también nos usa y nos habla”. Las pantallas se han convertido en una nueva epidermis social, una segunda piel que define los límites de cada sujeto y el

territorio de sus relaciones: la huella digital que dejamos de forma involuntaria (los registros geolocalizados a través del móvil, imágenes de cámaras de seguridad, accesos a distintas plataformas, etc.), las marcas que establecemos intencionalmente (a través de las redes sociales, la comunicación...) y las interacciones que mantenemos. Afectan a todos los ámbitos de nuestra vida y el ocio y el entretenimiento no se quedan al margen.

Asimismo, se ha producido un proceso de convergencia de la industria audiovisual, informática y de teleco-

¹ Universidad de Zaragoza
<https://orcid.org/0000-0003-2577-1998>

² Universidad de Salamanca
<https://orcid.org/0000-0002-1423-1315>

municaciones. En concreto, de la fusión de la televisión e Internet ha surgido un nuevo modelo televisivo *online* e interactivo que permite un consumo personalizado a través de un nuevo ecosistema de pantallas en el que la digitalización permite concentrar en un mismo dispositivo diferentes medios, gracias a la capacidad de los interfaces, que conforman una especie de gramática de la interacción entre los seres humanos y los medios, con sus propias reglas, protocolos y convenciones (Albarello, 2019, p. 71).

En el caso del sector audiovisual, la consolidación de la digitalización ha sido determinante para el desarrollo de los servicios de vídeo bajo demanda (en inglés *Video On Demand*, en adelante *VOD*). De hecho, en la mayoría de los hogares, se ha sustituido la inversión en soportes físicos como los DVD por la suscripción a estos servicios *VOD* (Liberal-Ormaechea y Cabezuolo-Lorenzo, 2018).

Las plataformas en línea han surgido en este complejo escenario y son parte de él (García Leiva, 2019, p. 75). Transmiten bajo suscripción audio, vídeo y otros contenidos a través de Internet, en ellas los usuarios o espectadores pueden acceder de forma personalizada a un recurso concreto, sin esperar a que se incluya dentro de la programación y sin la intervención de un proveedor de servicios, pues se instalan sobre la infraestructura de acceso a Internet disponible a través de compañías de cable, teléfono, satélite y otras. El visionado implica una nueva experiencia global de entretenimiento multiplataforma derivada de la convergencia de la tecnología digital de banda ancha, las redes sociales y los medios convencionales (Guerrero Pérez, 2018 p. 1232). Autores como Heredia Ruiz (2017), Clares-Gavilán y Medina-Cambrón (2018) Neira (2020), y Neira Borrajo, Clares-Gavilán y Sánchez-Navarro (2020) han estudiado cómo estos cambios han contribuido a la reestructuración del modelo de negocio audiovisual tradicional.

El consumo de servicios *VOD* forma parte del estilo de vida del ciudadano medio actual caracterizado por la accesibilidad instantánea y el boom de los dispositivos móviles (Neira-Borrajo, Clares-Gavilán y Sánchez-Navarro, 2020, p. 98). De hecho, las suscripciones a plataformas como HBO o Netflix están incluidas entre los productos de la cesta de la compra empleados en el cálculo de la evolución de los precios de bienes y servicios consumidos en los hogares españoles, conocido como IPC (Índice de Precio al Consumo), que elabora Instituto Nacional de Estadística (INE). Por su parte, la *Encuesta de hábitos culturales de España* (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019) revela un alto consumo de películas, series y vídeos el 30% (de la población lo hace a diario) principalmente desde las plataformas (33%) utilizando como dispositivo preferente la televisión (84,3%), aunque no aporta datos desagregados sobre cada una ellas. Tampoco las plataformas publican información sobre los suscriptores y sus prácticas. Pero el éxito de estos servicios es arrollador. Forman parte de la economía de la experiencia y de la cultura de la suscripción en la que se potencia el acceso y el uso, presente en servicios como la música (Spotify), lectura (Nubico, 24Symbols, Storytell), incluso de forma incipiente en sectores como la moda (Ecodicta).

Frente a la televisión lineal, los *VOD* proponen una forma innovadora y personalizada de consumo. La comu-

nicación se hace asíncrona, se difumina la parrilla y la programación convencional, la experiencia de visionado se adapta a las preferencias del espectador, gracias al *big data* y la oferta de contenidos es desbordante y transnacional. Estas plataformas aprovechan el rastro digital que deja la actividad de los usuarios en Internet para seguir sus hábitos y preferencias y para orientar su oferta de contenidos. Recopilan datos relativos a los tipos de contenidos, permanencia, dispositivo desde los que se accede, localización, frecuencia, tiempo de visionado, etc... haciendo del procesado de esta información una de las claves estratégicas de su éxito (Fernández-Manzano, Neira y Clares-Gavilán, 2016 y Cascajosa-Virino, 2018).

Las plataformas *VOD* son un tema de interés académico para diferentes áreas científicas, como Informática, Ciencias Sociales e Ingeniería. SCOPUS recoge casi 400 trabajos científicos, entre artículos, contribuciones a congresos y monografías publicados en los últimos 15 años. De ellas, 367 tratan sobre Netflix, las más antiguas de 2007; 20 sobre HBO, la primera de 2010; 11 sobre Amazon Prime Vídeo, la primera de 2018; 8 sobre Disney+, la primera de 2019, y tan solo 3 sobre Filmin. No hay ninguna sobre Movistar+ Lite.

Sin embargo, los estudios comparativos son escasos, a excepción de los trabajos de Wayne (2018) sobre la imagen de marca de Amazon y Netflix en el mercado internacional y de Liberal-Ormaechea y Cabezuolo-Lorenzo (2018) comparando las variables de precio de suscripción, catálogo, uso offline, calidad, dispositivos simultáneos y contenidos propios entre Amazon Prime, Filmin, HBO, Movistar+, Netflix, Rakuten y Sky. Este artículo trata de suplir esta carencia.

2. Objetivos

El propósito de este trabajo consiste en estudiar las características de seis plataformas *VOD* presentes en el mercado español para proporcionar una visión de conjunto, comparar sus prestaciones y servicios y poner en valor sus fortalezas.

El objeto de estudio se estableció seleccionando las plataformas que cumplían varios criterios: que los servicios *VOD* fuesen representativos en el mercado español; que perteneciesen a corporaciones tanto nacionales como internacionales y que sus contenidos tuviesen un carácter generalista y/o especializado. Aplicando estas especificaciones se seleccionaron Netflix, Amazon Prime Vídeo, HBO, Filmin, Disney+ y Movistar+ Lite. Fuera del estudio quedaron Sky y Rakuten por su uso limitado, Efilm por estar orientada al préstamo de audiovisuales en las bibliotecas públicas y Apple TV, porque es exclusiva de los dispositivos con sistema operativo IOS.

3. Metodología

Este trabajo es una investigación aplicada, de carácter exploratorio que utiliza técnicas cualitativas de observación participante. Para lo cual se diseñó *ad hoc* una plantilla (ver anexo 1) que comprende cuarenta rúbricas, estructuradas en

cinco dimensiones (descripción básica de cada servicio; dispositivos y aplicaciones; contenidos; acceso y visualización e interacción de los usuarios), que de forma conjunta dan cuenta de todos los aspectos que caracterizan a cada una de las plataformas.

La primera dimensión es la más extensa y se denomina *descripción básica*. Recoge dieciséis rúbricas que identifican los rasgos de cada servicio como la denominación de la plataforma; dirección web; país de origen; corporación a la que pertenece; fecha de inicio de la empresa y de su implantación en España; ámbito de distribución; tecnología utilizada; sistema de suscripción; número de dispositivos enlazados y usados de forma simultánea; calidad de la imagen; perfiles de usuarios y existencia de perfil infantil y control parental.

Dispositivos y aplicaciones es la segunda. Incluye seis rúbricas que describen la disponibilidad de cada plataforma en diferentes tipos de dispositivos y aplicaciones específicas: *Smart TV*; aplicaciones según los sistemas operativos; ordenador (navegador web); consolas de videojuegos (Spss, Xbox...) y otros dispositivos. Además, es interesante registrar si existen extensiones o plugin para navegadores y en ese caso, identificarlos e indicar su utilidad.

La tercera dimensión se denomina *Contenidos*. Comprende cinco rúbricas que caracterizan las producciones audiovisuales según su tipología o género; información sobre los contenidos; actualización; promoción y propiedad de los contenidos.

En la cuarta, agrupados bajo el epígrafe de *Acceso y visualización*, las seis rúbricas abordan las diferencias de interfaz según los dispositivos; los sistemas de búsqueda de los contenidos; los carruseles de carátulas; el acceso aleatorio, así como la forma en la que se estrenan las temporadas las series y su agrupación conjunta o desagregada.

Interacción con los usuarios es el nombre de la quinta dimensión en la que se recogen siete rúbricas que describen las acciones que pueden realizar los usuarios en la plataforma. Se trata de las opciones de cambio de idioma tanto en el audio como en los subtítulos; las valoraciones y recomendaciones a otros usuarios; la opción de crear listas propias de visionados pendientes, las descargas temporales y la disponibilidad de centros de ayuda y los medios de contacto.

Finalmente, la última fase de la metodología consistió en testar las plataformas y registrar la experiencia de uso (meses de mayo a julio de 2021), contrastándola con la información proporcionada en las webs corporativas y la bibliografía especializada.

4. Las plataformas y su evolución

En la evolución de los servicios *VOD* se pueden señalar tres etapas: La primera comenzó en 2007 cuando Netflix adoptó el modelo de suscripción de contenidos audiovisuales ideado por Spotify para la música, lo que supuso una inflexión en el mercado del vídeo *on line*, pues permitía a los usuarios ver contenidos sin descargarlos en sus ordenadores personales. La segunda etapa empezó en 2013, cuando esta compañía empezó a producir contenido original, al principio de manera modesta para sortear el problema de los derechos en distintos países y

mejorar las cuentas de resultados. Así, desde 2015 se incrementaron las inversiones en producciones propias y el negocio dejó de descansar en el catálogo de productos de terceros. La tercera coincide con el momento actual y se caracteriza porque grandes corporaciones, como Disney, cambiando su estrategia de negocio (Neira, 2020, pp. 101-103) han entrado en el mercado de los *VOD*.

En España, la televisión de pago eclosionó en 2014 al incluir este servicio en la oferta de las empresas de telecomunicaciones, combinando en la misma cuota Internet y telefonía. En octubre del 2015 Netflix se sumó a la oferta audiovisual, seguida por HBO España (2016) y Amazon Prime Video (2017). El mercado de las plataformas creció con rapidez, pasando en pocos años de la escasez a la sobreoferta audiovisual (Guerrero Pérez, 2018, p. 1235).

Los informes de la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC) evidencian la evolución del sector. En 2018, uno de cada tres hogares españoles con Internet contrataba alguno de estos servicios: Movistar+ (2,2 millones de hogares usuarios) y Netflix (2 millones) encabezan las preferencias. En 2019 prosiguió el crecimiento (CNMC, 2019) y a finales de 2020, el 49,6% de los hogares con Internet (36,4% de los hogares españoles) era usuario de alguno de estos servicios *VOD* (CNMC, 2021, p. 44).

En la actualidad están disponibles en España una docena de plataformas *VOD*, por su representatividad seis de ellas han sido seleccionadas para realizar este estudio comparativo: Netflix, Amazon Prime Video, HBO, Movistar+ Lite, Filmin y Disney+, que se caracterizan brevemente en los siguientes párrafos.

Netflix surgió en USA en 1997 con 900 títulos, como servicio de suscripción de alquiler de DVD mediante correo postal, combinando la comodidad de la compra desde casa y la eficacia de una tienda digital (Carrillo Bernal, 2018, pp. 27-28). En 2007 incorporó el *streaming* que ahorraba gastos de envío y almacenamiento y permitía conocer en tiempo real las preferencias de los usuarios (Siri, 2016, p. 51). En los siguientes diez años consolidó su éxito sobre el consumo ilimitado de contenidos audiovisuales (tanto de producción propia como de terceros) y programas infantiles a un precio asequible. En 2017 alcanzó 110 millones de usuarios en más de 190 países y triplicó los beneficios del año anterior. En 2021 tiene 207.6 millones de suscriptores (Netflix, 2021a).

Amazon Prime Video es el *VOD* de los usuarios de Amazon suscritos a Premium, sin coste adicional, lanzado en febrero de 2011 como Amazon Prime Instant Video. Además de un servicio de *streaming*, es una estrategia comercial para captar y fidelizar compradores. En España su primera campaña de promoción se realizó a finales de 2017.

HBO es el acrónimo de Home Box Office, el *VOD* de Warner Media. Su origen fue un canal de televisión que emitía en 1965 utilizando el cable en lugar de la red de difusión terrestre. En 1970 creó *The Green Chanel*, en el que los suscriptores pagaban cuotas extras por películas y eventos deportivos sin cortes de publicidad. En 1972 este canal se convirtió en HBO y desde 1975 la emisión se realizó vía satélite. En 1986 codificó su emisión solo para suscriptores y lanzó su canal en alta definición.

Movistar+ Lite está presente en el mercado español desde junio de 2019. Responde a un concepto distinto, más reducido, del de su matriz Movistar+ con la que comparte aplicación. Tiene menos contenidos, pero no requiere ser cliente de la operadora Telefónica. Su catálogo incluye series originales de Movistar, producciones de terceros (películas, series, documentales y programas de televisión) y deportes. En Hispanoamérica se denomina Movistar Play.

Filmin pertenece a un grupo español de empresas cinematográficas de producción y distribución independiente (Metropolitan, Avalon, El Deseo, Golem, Tornasol, Vértigo Films, Versus, Cameo, Alta Films, etc.). Opera como VOD en España y Portugal desde 2016 y en México como Filmin Latino. Surgió en 2007 y en 2010 fue relanzada y comenzó a hacerse un hueco en el cine online, cuando no existían ofertas consolidadas de VOD en España, ofreciendo la primera tarifa plana dedicada en Europa al contenido en *streaming*. Fueron pioneros en ofrecer películas en Internet, coincidiendo con su estreno en salas. Hasta 2015 la plataforma permitía la subida de cortos rodados por los usuarios (Liberal-Ormaechea; Cabezuelo-Lorenzo, 2018), uno de los géneros en los que está especializada.

Disney+ es el servicio *streaming* de películas, series, cortos y documentales de Disney, Pixar, Marvel, StarWars, National Geographic y Star. Buena parte de sus contenidos, orientados al público infantil y familiar, son de producción propia y algunos, de acceso exclusivo para los suscriptores de la plataforma. Se lanzó en los Estados Unidos y Canadá en noviembre de 2019 y en marzo de 2020 llegó a España.

5. Análisis comparativo

En los siguientes epígrafes se recoge el análisis y la comparación de las distintas dimensiones establecidas en la metodología.

5.1. Descripción básica

Cuatro de las plataformas estudiadas tienen su origen en USA (Netflix, Amazon Prime, HBO y Disney+) y dos en España (Movistar+ Lite, Filmin). Las tres primeras promovieron su negocio en Internet con el auge del comercio electrónico, formando parte de las denominadas empresas puntocom; Disney+ ha sido la última en incorporarse al negocio del *streaming* de entretenimiento, en marzo de 2020. Respecto a las españolas, la multinacional Movistar+ procede del ámbito de las telecomunicaciones y ha extendido sus servicios desde la telefonía hasta Internet y televisión.

La casi centenaria Disney es la empresa más antigua, aunque sus servicios VOD son de 2020. HBO nació en 1972 como canal de televisión por cable y satélite que no usaba la red de difusión terrestre de TV común en ese momento e incorporó los VOD en 2016. El resto surgieron ya iniciados los 2000. La primera fue Filmin en 2007, que incorporó los servicios VOD en el 2017, cuando en el mercado español ya estaban Netflix (2015) y HBO (2016). Amazon Prime Video llegó también en 2017 y Movistar+ Lite, en 2019.

El ámbito de distribución de estas corporaciones es internacional, aunque la cobertura de Filmin y Movistar+ Lite se restringe a Latinoamérica.

Todas las plataformas estudiadas utilizan tecnología *Over the Top (OTT)* es decir, emplean recursos “por encima” de las redes existentes, sin que el proveedor de acceso a Internet sea el responsable del contenido ni de la legalidad de su distribución (Siri, 2016).

El sistema de suscripción se basa en cuotas mensuales, excepto en Amazon Prime Video, que son anuales. Las de Netflix, HBO y Movistar+ Lite incluyen todos los servicios, mientras que Amazon Prime Video, Filmin y Disney+ tienen sistemas de pago diferenciados para los productos premium. Filmin cuenta con vales para acceder sin suscripción a determinados títulos o estrenos. En el caso de Amazon, el servicio VOD forma parte de la suscripción Prime junto a la paquetería y los contenidos bibliográficos de Kindle Unlimited.

Tabla I. Descripción básica 1

	Netflix	Amazon Prime Video	HBO	Movistar+ Lite	Filmin	Disney+
Dirección web	https://www.netflix.com/es	https://www.primevideo.com	https://es.hboespana.com	http://ver.movistarplus.es	https://www.filmin.es	https://www.disneyplus.com/
País de origen	Estados Unidos	Estados Unidos	Estados Unidos	España	España	Estados Unidos
Empresa o corporación a la que pertenece	Netflix	Amazon	Time Warner	Telefónica	Comunidad Filmin SL	The Walt Disney Company
Fecha de inicio de la empresa	2007 Estados Unidos	2006 Estados Unidos	1972 Estados Unidos	2015	2007 relanzado en 2010	1923 Estados Unidos
Fecha de implantación en España del servicio VOD	2015	2017	2016	2019	2017	2020
Ámbito de distribución	Internacional	Internacional	Internacional	Internacional	Internacional	Internacional
Tecnología utilizada	OTT	OTT	OTT	OTT	OTT	OTT
Sistema de suscripción (cuotas)	Mensual	Anual	Mensual	Mensual	Mensual / paquetes de 5 o 20 vales	Mensual
Productos y servicios premium fuera de cuota	No	Sí	No	No	Sí	Sí

Fuente: elaboración propia

En la tabla II se observa que el número de dispositivos enlazados, es decir la cantidad de equipos que pueden tener la clave inscrita cambia de unas plataformas a otras: en Disney+ diez, HBO cinco, Movistar+ Lite cuatro y el resto no establece límites explícitos. Por otro lado, la disponibilidad de inscribir la clave en los dispositivos no implica su utilización simultánea. De este modo HBO, Movistar+ Lite y Filmin permiten usar dos dispositivos a la vez; Amazon Prime Video tres y Netflix entre uno y cuatro, dependiendo del plan suscrito y Disney+ seis.

En todas las plataformas VOD la calidad de la imagen varía en función del dispositivo de visualización utilizado y de aspectos, como su resolución, antigüedad, e incluso, de la calidad original del contenido. Además, en el caso de Netflix, la calidad del visionado también está condicionada por el tipo de suscripción y por el ancho de banda disponible.

Los perfiles de usuarios son servicios de valor añadido disponibles en Netflix, Movistar+ Lite y Disney+ y consisten en la posibilidad de disponer de entornos de uso personalizados en una misma cuenta. Se identifican con un nombre e icono determinado y permiten compar-

tir cuentas con otros usuarios, acceder a recomendaciones específicas, al historial de visualización, a la continuidad de un contenido y a una lista de seguimiento. De alguna forma, los perfiles facilitan que cada miembro de un grupo tenga una experiencia propia. Entre las plataformas estudiadas, Amazon Prime Video y Disney+ permiten hasta seis, Netflix y Movistar+ Lite hasta cinco y por el momento Filmin y HBO carecen de esta posibilidad.

Un perfil infantil deja acceder a una sección con contenidos audiovisuales seguros y atractivos para los menores y cuyo interfaz está adaptado para que puedan encontrar los contenidos con mayor facilidad (barra de navegación organizada por personajes). Por el momento sólo Netflix, Amazon Prime y Disney+ disponen de perfiles infantiles específicos, aunque todas las plataformas cuentan con canales infantiles. Relacionados con los perfiles infantiles, se encuentran las opciones de control parental, para proteger a los menores del uso indebido de la tecnología. Todas las plataformas han establecido en la configuración las restricciones de acceso a los contenidos no adecuados. Disney+ es la que proporciona un conjunto más amplio de opciones.

Tabla II. Descripción básica 2

	Netflix	Amazon Prime Video	HBO	Movistar+ Lite	Filmin	Disney+
Número de dispositivos enlazados	Sin límite	Sin límite	5	4	Sin límite	10
Número de dispositivos usados de forma simultánea	1 (básico); 2 (estándar) 4 (premium)	3	2	2	2	6
Calidad de la imagen	SD (básico) HD (estándar):HD/UHD 4K (premium)	4 KHDR	FullHD 1080p 4K (Smart TV)	FullHD 1080p 4K (Smart TV)	FullHD	4K Ultra HD o HDR
Perfiles de usuarios	Sí, hasta 5	Sí, hasta 6	No	Sí, hasta 5	No	Sí, hasta 6
Perfil infantil	Sí	Si	No	No	No	Sí
Canal infantil	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Control parental	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

Fuente: elaboración propia

5.2. Dispositivos y aplicaciones

En sus inicios los VOD surgieron vinculados a las televisiones convencionales, pero, conforme estas se conectaron a Internet y se volvieron “inteligentes”, incluyeron prestaciones propias de ordenadores. Con la fragmentación de audiencias y la multiplicidad de pantallas (Albarcello, 2019, pp. 55-56) las plataformas han adoptado una estrategia expansiva para estar presentes en *Smart TV*, móviles y las tabletas, ordenadores, consolas de videojuegos e incluso reproductores multimedia y *Blue Ray*.

Los VOD buscan el equilibrio entre mantener una amplia gama de dispositivos para la visualización y asumir el reto y el riesgo tecnológico de adaptar los contenidos a cada formato específico, asegurando la calidad del *streaming* (Carrillo Bernal, 2018, p. 75). Cada dispositivo condiciona la experiencia de acceso y visualización ya que los sistemas de búsqueda y los interfaces cambian. No es lo mismo utilizar un teclado físico que uno virtual, ni ver una película en la pantalla de una Smart TV o de una tableta.

Como se aprecia en la tabla III, todas las plataformas estudiadas incluyen la posibilidad de visionado en *Smart TV*, aplicaciones (Android e IOS) para móviles y tabletas y navegadores web para ver el contenido desde cualquier ordenador. Netflix es la plataforma que llega a un mayor número de dispositivos y cuenta con un botón para el acceso directo en los mandos a distancia de algunos modelos de televisión.

Además, Netflix, Amazon Prime Video, Filmin y Disney+ incluyen entre sus dispositivos de visuali-

zación, un botón para el acceso directo en los mandos a distancia de algunos modelos de televisión.

zación consolas de videojuegos, como la PlayStation y la Xbox. HBO solo permite PlayStation. Netflix también permite utilizar receptores multimedia como Apple TV, *Blue Ray* y otros reproductores, por su parte Amazon Prime Video puede visualizarse a través de Apple TV y *Blue Ray*, HBO y Disney+ con Apple TV y Movistar+ Lite y Filmin en ninguno de los anteriores.

Para ofrecer nuevas funcionalidades de visualización, desarrolladores externos han creado extensiones y complementos (*plugins*) para los navegadores de Google Chrome (<https://chrome.google.com/webstore/>) y Mozilla Firefox (<https://addons.mozilla.org/es/firefox/>) que agregan funciones nuevas a las opciones de las plataformas. Algunas consisten en añadir subtítulos en otros idiomas, modificar la fuente y el tamaño de los textos, mostrar categorías ocultas, sincronizar el historial entre varias plataformas...

Netflix, HBO y Disney+ disponen de extensiones para los navegadores Google Chrome y Firefox; Amazon Prime Video solo para Google Chrome mientras que Movistar+ Lite y Filmin por el momento no disponen de ellas. También en este caso, Netflix es la plataforma que cuenta con mayor número de desarrollos, entre los que destacan: *Ajuste de vídeo para Netflix* que permite configurar parámetros de calidad de las imágenes como brillo, contraste o saturación; *Enhancer for Netflix* para acceder a las categorías ocultas de la plataforma y sincronizar el historial de visualizaciones con otras; *Netflix Extended* para configurar el teclado y mejorar la reproducción; *Netflix Party* para generar un enlace y compartir el contenido de manera sincronizada proporcionando un chat con otros usuarios; *NflxMultiSubs* añade subtítulos y los personaliza y *Super Netflix*, controla la calidad de reproducción, bloquea spoilers, activa rápidamente los subtítulos, cambia la calidad y velocidad de reproducción (Adeva, 2020).

Tabla III. Dispositivos y aplicaciones

	Netflix	Amazon Prime Video	HBO	Movistar+ Lite	Filmin	Disney+
Smart TV	Sí (botón en el mando a distancia)	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
App	iOS / Android	iOS / Android	iOS / Android	IOS/Amazon Fire TV	iOS / Android	iOS / Android
Ordenador (navegador web)	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Consolas de videojuegos	PlayStation; Xbox;	PlayStation; Xbox;	PlayStation	No	PlayStation; Xbox	PlayStation; Xbox
Otros dispositivos	Apple TV; <i>Blue Ray</i> ; Reproductores multimedia	Apple TV; <i>Blue Ray</i>	Apple TV	No	No	Apple TV
Extensiones para navegadores	Google Chrome; Firefox	Google Chrome	Google Chrome; Firefox	No	No	Google Chrome; Firefox

Fuente: elaboración propia

5.3. Contenidos

Sin duda los contenidos son los elementos que mejor caracterizan a cada *VOD*, por ello este es el apartado más extenso del análisis. Los clientes deciden a qué plataforma se suscriben por una combinación de factores (precio, contenidos, prestaciones asociadas) pero la calidad, variedad y novedad de la oferta es uno de los “ganchos” más atractivos. Filmin hace de su catálogo de series y películas europeas independientes su principal bandera; HBO presume de contar en el suyo con las producciones más recientes y de mayor calidad y Disney+ es sinónimo de prestigio y entretenimiento para el público infantil y familiar.

Las seis plataformas incluyen en su catálogo películas, series y documentales (tabla IV). Dos de ellas tienen rasgos diferentes: Movistar+ Lite, por su vinculación con la televisión por cable, incluye en su oferta eventos deportivos, canales de televisión, reportajes y programas de humor; Filmin, por su parte, ofrece cine clásico,

español, europeo, documentales y animación además de la suscripción incluye una revista. Es una plataforma dirigida a un público muy concreto con gustos cinematográficos definidos, que busca cine independiente y calidad. Recientemente, Netflix ha anunciado la próxima inclusión de videojuegos en su catálogo, sin coste añadido (Netflix, 2021b).

Las plataformas analizadas caracterizan los contenidos con datos básicos similares (tabla V): título, director, reparto, género, año, sinopsis, calificación de edad, duración y contenidos similares. Se diferencian por sus prestaciones específicas, como la disponibilidad de tráiler, el ranking de visualizaciones e información extra sobre las escenas.

Todas incluyen tráileres en la propia plataforma, salvo HBO que los ubica en una web asociada (<https://descubre.hboespana.com>) y en su canal de Youtube (https://www.youtube.com/c/HBOEspa%C3%B1a_es).

Tabla IV. Tipo de contenidos

	Netflix	Amazon Prime Video	HBO	Movistar+ Lite	Filmin	Disney+
Películas	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Series	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Documentales	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Deportes	No	No	No	Sí	No	No
Otros	No (videojuegos próximamente)	No	No	Canales de TV, reportajes, humor	La suscripción incluye una revista en papel	No

Fuente: elaboración propia

El ranquin de visualizaciones muestra la popularidad diaria de los contenidos y es un servicio en la actualidad exclusivo de Netflix desde febrero de 2020, del que también informa a sus suscriptores por mail. HBO proporciona tan solo información sobre los más vistos y aporta una clasificación temática muy específica para los documentales de producción propia.

Amazon Prime Video ofrece información suplementaria, con la visualización en pausa, sobre actores

que intervienen en una escena, otras escenas protagonizadas por ellos y temas musicales. Por su parte, tanto Amazon como Disney+ disponen de una pestaña adicional con más información sobre la dirección y el reparto. Filmin, como las bases de datos cinematográficas, recoge ítems específicos como premios, galardones, fecha de estreno en cines, recaudación, espectadores...

Tabla V. Información sobre los contenidos

	Netflix	Amazon Prime Video	HBO	Movistar+ Lite	Filmin	Disney+
Título	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Director	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Reparto	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Género	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Año	Sí	Si	Si	Sí	Sí	Si
Sinopsis	Sí	Sí	Si	Sí	Sí	Si
Calificación de edad	Sí	Sí	Si	Sí	Sí	Sí
Duración	Sí	Sí	Si	Sí	Sí	Sí
Tráiler en plataforma	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí
Contenidos similares	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Ranking de visualizaciones	Sí (e-mail)	No	No	No	No	No
Información extra sobre las escenas	No	Sí	No	No	No	No

Fuente: elaboración propia

La amplitud del catálogo, del que ninguna plataforma aporta datos concretos y su actualización mediante el lanzamiento de novedades y las bajas son rasgos diferenciadores entre los VOD analizados (tabla VI).

Solo Filmin y Netflix indican que sus incorporaciones son diarias, en el primer caso, y semanales en el segundo. Amazon Prime Video, HBO y Disney+ renuevan en periodos variables según las temporadas y Movistar+ Lite no aporta información al respecto. La publicidad de las actualizaciones también muestra diferencias:

Amazon no informa de las novedades, pero si las notifica por correo electrónico a los suscriptores. Sin embargo, recoge los últimos días en los que está disponible un contenido en la propia descripción. Movistar+ Lite tampoco informa de las altas, pero sí de las bajas. Por el contrario, Disney+ informa en la web (<https://disney.es/peliculas>) de los estrenos, pero no de las bajas.

HBO publicita en la web (<https://descubre.hboespana.com/proximos-estrenos.html>) sus próximos estrenos

con una línea del tiempo muy visual (figura 1), aunque no indica cuándo dejan de estar disponibles.

Filmin publicita las novedades en las secciones “Últimas subidas” y “Próximamente” y las bajas en el apartado “Últimos días” (<https://www.filmin.es/catalogo/proximamente>).

Netflix da cuenta de las altas en las secciones “Novedades más vistas”, “Más recientes” y “Próximamente”. Las comunica en su web (<https://about.netflix.com/en/new-to-watch>) y con correos y notificaciones en el móvil de los suscriptores. La información sobre las bajas es más difícil de localizar, pues aparece en la pestaña de “Detalles” del propio contenido unos días antes y durante unos breves segundos al inicio del visionado. Sin duda, como indican Heredia-Ruiz, Quirós-Ramírez, y Quiceno-Castañeda 2021, p. 132) en esta plataforma se evidencia la intención de crear un flujo televisivo constante con estrategias de programación como los estrenos y bajas de los contenidos.

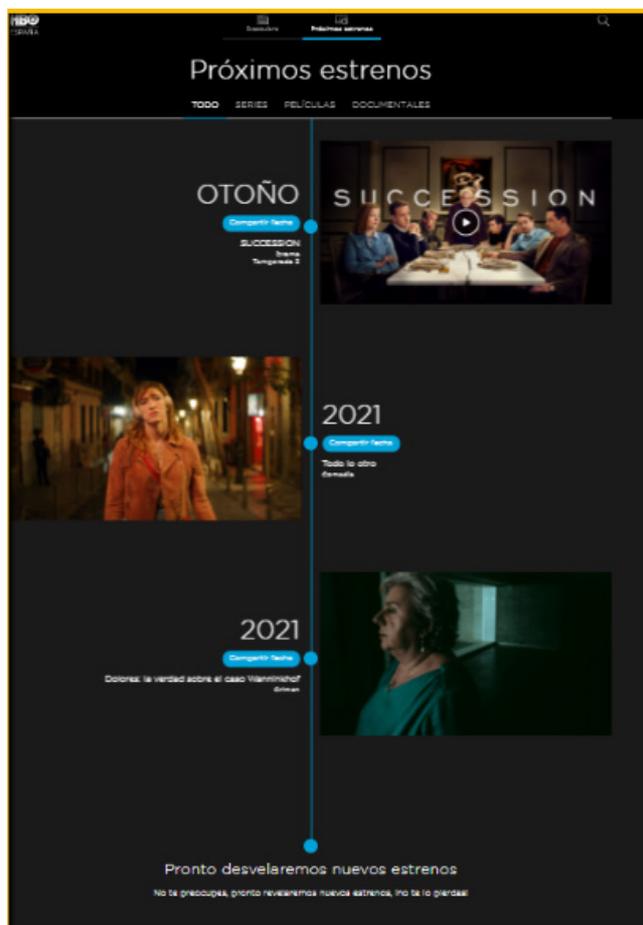


Figura 1. Línea del tiempo de estrenos en HBO

Fuente: <https://descubre.hboespana.com/proximos-estrenos.html>

Tabla VI. Actualización de los contenidos

	Netflix	Amazon Prime Video	HBO	Movistar+ Lite	Filmin	Disney+
Tamaño del catálogo	Sin inf.	Sin inf.	Sin inf.	Sin inf.	Sin inf.	Sin inf.
Periodicidad de las actualizaciones	Sí, semanal	Sí, variable	Sí, variable	Sin inf.	Sí, diario	Sí, variable
Publicidad de las novedades en la plataforma	Sí, secciones "Novedades más vistas", "Más recientes" "Próximamente"	No	No	No	Sí, pestaña "Última subidas" y "Próximamente"	No
Publicidad de las novedades fuera de la plataforma	Sí, página web propia Sí, mail a los usuarios y notificaciones en el móvil	Sí, mail a los usuarios	Sí, página web propia	No consta	No consta	Sí, página web propia Sí, mail a los usuarios
Publicidad de las bajas	Sí, en "Detalles", del contenido y durante el visionado	Sí, en la descripción	No	Sí	Sí, pestaña "Últimos días"	No

Fuente: elaboración propia

Todas las plataformas estudiadas (tabla VII) comunican noticias, informan de novedades y ofertas y difunden su imagen de marca utilizando tanto técnicas de publicidad exterior estática, como promoción en medios de comunicación convencionales y herramientas de marketing digital. Todas utilizan frecuentemente spots en televisión, anuncios en prensa, cuñas de radio o carteles en las calles.

Cuentan con perfiles oficiales en las redes sociales para aumentar su visibilidad, captar suscriptores y fidelizar a los existentes. Así obtienen información para la toma de decisiones basándose en las reacciones de sus seguidores, lo que les permite crear campañas específicas para mantener el *engagement*.

Tabla VII. Promoción de los contenidos

	Netflix	Amazon Prime Video	HBO	Movistar+ Lite	Filmin	Disney+
Redes sociales	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Medios de comunicación convencionales	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Publicidad exterior estática	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

Fuente: elaboración propia

Como recoge la tabla VIII, Netflix, Amazon Prime Video, HBO y Movistar+ Lite producen sus propios contenidos y también ofrecen los de terceros.

y no produce contenidos, mientras que Disney+ solo distribuye los de su corporación, The Walt Disney Company.

Dos plataformas son singulares: Filmin es la única que se dedica en exclusiva a la distribución *on line*

Tabla VIII. Propiedad de los contenidos

	Netflix	Amazon Prime Video	HBO	Movistar+ Lite	Filmin	Disney+
Producción propia	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí
Contenidos de terceros	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No

Fuente: elaboración propia

5.4. Acceso y visualización

En este apartado se estudian las prestaciones que las plataformas ofrecen a los usuarios para facilitar el acceso a los contenidos (tabla IX).

En función del dispositivo, la misma plataforma puede ofrecer opciones de acceso y visualización distintas, así como diseños diferentes de los interfaces (Netflix, Amazon Prime Video y Disney+) lo que determina la experiencia del usuario, como se ha evidenciado en el apartado 5.2.

Los sistemas de recuperación que ofrecen los *VOD* estudiados son tanto la caja de búsquedas, como la clasificación en categorías (figura 2). La primera permite acceder al catálogo mediante demandas analíticas (títulos, personas, géneros...), mientras que la segunda obedece a un sistema de organización de carácter temático y a un enfoque sintético, en el que el usuario elige por reconocimiento aquello que quiere ver entre la selección de carátulas que se le muestran en un carrusel o en una lista, favoreciendo una recuperación visual e intuitiva.

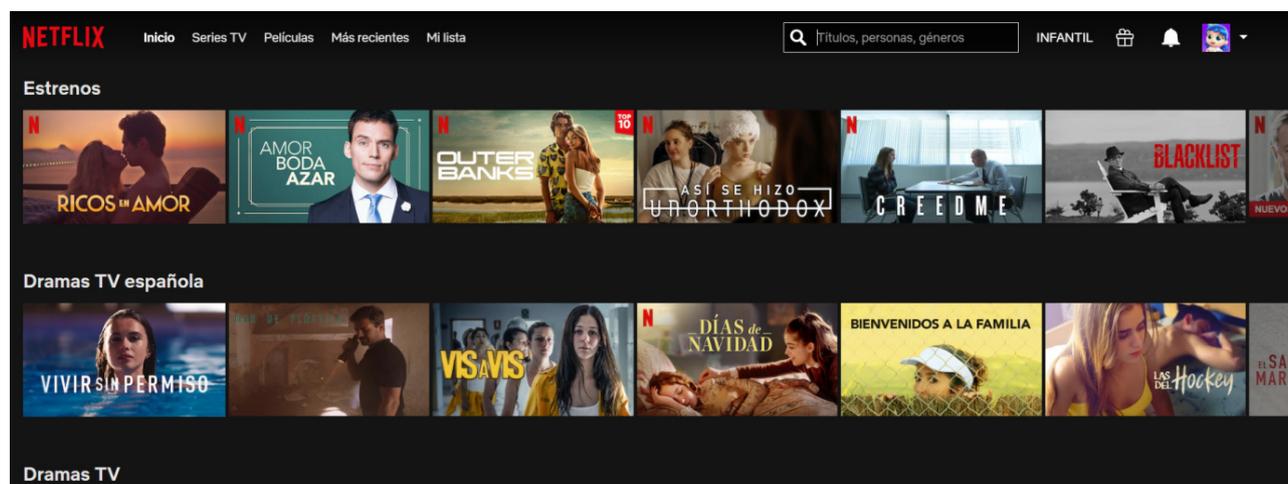


Figura 2. Caja de búsquedas y categorías en Netflix

Fuente: Netflix.com

Ambas estrategias son complementarias y proporcionan resultados y experiencias diferentes pues escribir una palabra en una tableta o mover el cursor en un te-

clado virtual es muy distinto a seleccionar un contenido pinchando en una carátula.

Netflix ofrece en la Smart TV el listado de categorías, un tercer sistema de búsqueda que funciona como un menú de navegación lateral para agilizar el desplazamiento, y recientemente ha añadido (mayo 2021) un acceso aleatorio, basado en el *big data*. Además, en el caso del perfil infantil, permite la búsqueda mediante ilustraciones de personajes.

El sistema de Filmin permite dos estrategias de acceso a la colección: la búsqueda alfabética, para la recuperación por título, director, país, tag, actores... y la de categorías que responde a géneros audiovisuales. Estas están ordenadas alfabéticamente en un índice lateral (acción, animación, aventuras, bélico, *biopic*, ciencia ficción, clásicos, comedia, qué te apetece ahora etc...) y cada una se puede reordenar según distintos criterios (más actuales, mejor valoradas, más vistas, más taquilleras). Una categoría especial es la denominada “qué te apetece ahora”, vinculada a los estados de ánimo (“echar unas (son)risas”, “olvidar a mi ¿ex? pareja”, “algo inquietante”, “oh capitán, mi capitán”...) y a los gustos específicos de los usuarios (“entender el pasado”, “entender el presente”, “lo que ve Tarantino”, “lo que vería Jon Nieve”).

En las plataformas, los carruseles de carátulas facilitan la visibilidad de la colección, pues frente a los

listados estáticos, su movimiento, y en ocasiones su tamaño, favorece que todos puedan ser vistos. Funcionan como escaparates que resaltan y acercan de manera dinámica los contenidos. Todos los *VOD* los tienen, salvo Movistar+ Lite, que por el momento carece de él.

Finalmente, el último de los aspectos estudiados en relación con el acceso y la visualización es la forma en la que se estrenan y agrupan las temporadas de las series. Netflix ideó un modelo pionero para estrenar el mismo día todos los capítulos de cada temporada, trasladando el fenómeno del visionado en modo maratón (*binge-watching*) desde los cofres de DVD a las plataformas *VOD* (Carrillo Bernal, 2018, p. 188). Esta práctica ha sido imitada por Amazon Prime Video y Filmin; en cambio HBO, Movistar+ Lite y Disney+ prefieren prolongar en el tiempo el estreno de los capítulos de una serie como estrategia comercial para fidelizar usuarios. Recientemente, tanto Netflix como Amazon, han emitido series concretas con entregas semanales (*La cocinera de Castamar*).

La agrupación de todas las temporadas bajo la misma carátula es la práctica que siguen todas las plataformas.

Tabla IX. Acceso y visualización

	Netflix	Amazon Prime Video	HBO	Movistar+ Lite	Filmin	Disney+
Interfaces diferentes según los dispositivos	Sí	Sí	Sí	No	No	Sí
Caja de búsquedas	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Clasificación en categorías	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Acceso aleatorio	Sí	No	No	No	Sí	No
Carruseles de carátulas	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí
Series						
Estreno de temporadas completas	Sí, salvo casos concretos	Sí, salvo casos concretos	No	No	Sí	No
Agrupación de temporadas en la misma carátula	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

Fuente: elaboración propia

5.5. Interacción de los usuarios con la plataforma

En este apartado (tabla X) se estudian los diferentes tipos de acciones que los usuarios pueden realizar.

Todas las plataformas permiten visionar la mayor parte de los contenidos en diferentes idiomas y todas ellas disponen de subtítulos.

Las valoraciones de los usuarios sobre los contenidos varían notablemente de unas a otras. Movistar+ Lite y Filmin permiten valoraciones cuantitativas. La primera establece una escala de 1 a 5 y la segunda de 1 al 10 (figura 3). Esta última además admite comentarios de los usuarios en texto libre y también incluye una pestaña con críticas de prensa y valoraciones cualitativas de otras fuentes enlazadas. Netflix propone una valoración dicotómica (me gusta/no me gusta) con el mismo icono de Facebook. El resto de plataformas no ofrecen ningún tipo de valoración.

Respecto de las recomendaciones a otros usuarios, solo Netflix y Disney+ las permiten desde las aplicaciones móviles. Todas las plataformas utilizan las redes sociales para sugerir y aconsejar contenidos y fomentan que los propios usuarios opinen y comenten.

Filmin posibilita la sincronización del perfil de sus suscriptores con el de Facebook, de modo que los demás usuarios puedan ver sus preferencias, comentarios y lista de películas pendientes.

Las listas de visionados reciben denominaciones diferentes: “Mi lista” (Netflix, HBO, Amazon Prime Video y Disney+), “Favoritos” (Movistar+ Lite). Son relaciones de contenidos seleccionados en el catálogo por los usuarios para ser vistos con posterioridad. Todas las plataformas ofrecen este servicio y además HBO permite ordenar estos listados de forma alfabética o cronológica (“añadido recientemente”).

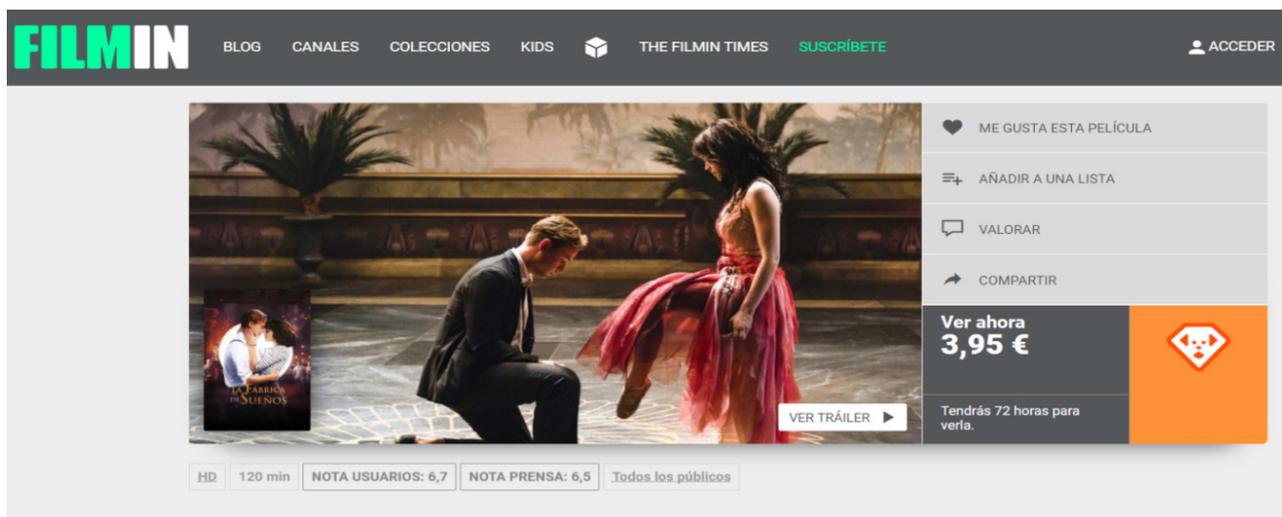


Figura 3. Valoraciones en Filmin.

Fuente: <https://www.filmin.es/pelicula/la-fabrica-de-suenos>

La descarga temporal para el visionado sin conexión es una opción disponible en todas las plataformas.

Finalmente, todos los VOD analizados ofrecen respuestas a las consultas frecuentes en listados de FAQs. En Netflix (<https://help.netflix.com/es-es/>), Amazon Prime Video (<https://www.primevideo.com/help>) y Disney+ (<https://help.disneyplus.com/csp>) son muy extensos. El contacto con los usuarios se establece por correo y teléfono (salvo Filmin). Además, Netflix, Amazon Prime y Disney+ disponen de chat.

Tabla X. La interacción con los usuarios

		Netflix	Amazon Prime Video	HBO	Movistar+ Lite	Filmin	Disney+
Opción de idiomas	Audio	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
	Subtítulos	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Valoraciones	Cuantitativa	No	No	No	Sí, de 1 a 5	Sí, 1 al 10	No
	Dicotómica	Me gusta/No me gusta	No	No	No	Solo positiva	No
Recomendaciones a otros usuarios	Dentro de la plataforma	Desde aplicaciones	No	No	No	No	Sí
	Fuera de la plataforma	Redes sociales	Redes sociales	Redes sociales	Redes Sociales	Redes sociales	Redes sociales
Llistas de visionados pendientes		Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Descargas temporales		Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
FAQ		Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Contacto		Correo Teléfono Chat	Correo Teléfono Chat	Correo Teléfono	Compartido con su matriz	Correo	Correo Teléfono Chat

Fuente: elaboración propia

6. Conclusiones

La digitalización ha cambiado la configuración económica de la cultura y el entretenimiento y ha reformulado las relaciones entre diferentes sectores, al dar lugar a otros modelos de consumo, creación, producción, promoción y distribución de bienes y servicios. En particular ha impactado sobre las industrias audiovisuales, transformadas fruto de la convergencia entre la televisión y la banda ancha y la mejora de las aplicaciones de acceso, dando lugar a un nuevo modelo, con más competencia, mayoritariamente de pago, online e interactivo, flexible, abundante en contenidos y orientado hacia las preferencias de los usuarios. Este modelo, a su vez,

genera nuevas prácticas, comportamientos y hábitos de consumo.

El denominado “ecosistemas de pantallas”, concentra los medios en un mismo dispositivo a la vez que los multiplica, para atraer a un mayor número de usuarios y personalizar su experiencia de visionado, facilitando la interacción y consolidando la cultura de los instantáneo y accesible. Esta transformación tiene tal magnitud, en términos cuantitativos y cualitativos, que requiere nuevas formas de estudiar los contenidos audiovisuales y las experiencias que suscitan.

Este trabajo proporciona una visión de conjunto que permite comprender de forma holística la evolución, características y tendencias de las plataformas VOD en Es-

pañá. Ello ha sido posible articulando dos vectores: uno de carácter vertical, que ofrece una caracterización exhaustiva y sistemática de las prestaciones de cada una y otro horizontal que las compara entre sí, mostrando sus fortalezas y limitaciones. Además, se ha obtenido tanto un procedimiento para replicar y transferir la comparación realizada a otros contextos, como una herramienta diseñada *ad hoc*, para registrar y categorizar la información, que puede ser utilizada para realizar otros estudios, como el de los *VOD* de las televisiones convencionales.

La aplicación de la plantilla y el procedimiento ofrecen una fotografía de conjunto de las plataformas en España en su estado actual, julio de 2021, a la vez que permiten identificar de forma prospectiva algunas de las líneas de evolución en el medio plazo de estos servicios, ya que la implementación de mejoras unas veces se realiza por innovación y otras por imitación de la competencia.

Sin duda alguna los contenidos son uno de los principales “ganchos” para atraer y fidelizar clientes y seguramente también lo serán en el futuro. Pero más allá del catálogo existen otras prestaciones que pueden determinar el éxito, como el número de dispositivos desde los que se puede ver, enlazar o utilizar de forma simultánea, la existencia de perfiles generales e infantiles, el control parental (uno de los puntos fuertes de Disney+ por su

variedad de opciones) o la posibilidad de contar con extensiones para navegadores que añaden funcionalidades extra (caso de Netflix). Por supuesto que la renovación de la oferta es uno de los alicientes para cualquier usuario, pero otros elementos también se consideran, como la información sobre las altas y bajas, cómo se buscan y organizan los contenidos dentro la plataforma y las posibilidades para valorar y recomendar contenidos a otros usuarios. En suma, todas las prestaciones que diferencian a unas plataformas de otras y que las distancian cada vez más de la televisión lineal.

Aunque Disney+ ha irrumpido con fuerza en el mercado español, Amazon Prime Video y HBO no ceden posiciones. Netflix mantiene su liderazgo por su catálogo, sus prestaciones y también por su estrategia de innovación continua (final elegible de *Black Mirror: Bandersnatch*, nuevos formatos de serialidad, como las historias breves de la cuarta temporada de *Élite*, próxima llegada de los videojuegos...).

En el futuro a las plataformas les quedan territorios por explorar en ámbitos como los dispositivos móviles, las experiencias relacionadas con la realidad virtual y las nuevas interacciones sociales en torno al entretenimiento. Las grandes perjudicadas son las salas de cine y la televisión convencional, pero ambas gozan de una mala salud de hierro.

7. Bibliografía

- Adeva, R. (2020). Disfruta al máximo de Netflix con estas extensiones de Chrome. // *AZ Adsl Zone*. <https://www.adslzone.net/como-se-hace/plataformas-tv/extensiones-navegador-netflix/> (Fecha de acceso: 22/07/2021)
- Albarello, F. (2019). *Lectura transmedia. Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Buenos Aires: Ampersand.
- Carrillo-Bernal, J. (2018). *Paradigma Netflix: el entrenamiento de algoritmo*. Barcelona: UOC.
- Cascajosa-Virino, C. (2018). Las series de televisión españolas ante la llegada de los servicios VOD (2015-2017). // *El Profesional de la Información*, 27:6, 1303-1312. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.13> (Fecha de acceso: 22/07/2021)
- Clares-Gavilán, J. y Medina Cambrón, A. (2018). Desarrollo y asentamiento del vídeo bajo demanda (VOD) en España: el caso de Filmin. // *El Profesional de la Información*, 27:4, 909-920. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.19> (Fecha de acceso: 22/07/2021)
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). (2019). *Telecomunicaciones y Audiovisual: Informe Económico Sectorial 2018 ESTAD/CNMC/004/19*. https://www.cnmc.es/sites/default/files/2569014_13.pdf (Fecha de acceso: 22/07/2021)
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). (2021). *Telecomunicaciones y Audiovisual: Informe Económico Sectorial 2020 ESTAD/CNMC/004/19*. https://www.cnmc.es/sites/default/files/3600538_4.pdf (Fecha de acceso: 22/07/2021)
- Fernández-Manzano, E. P., Neira, E. y Clares-Gavilán, J. (2016). Gestión de datos en el negocio audiovisual: Netflix como estudio de caso. // *El Profesional de la Información*, 25: 4, 568-576. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.jul.06> (Fecha de acceso: 22/07/2021)
- García-Leiva, M. T. (2019). Plataformas en línea y diversidad audiovisual: desafíos para el mercado español. // *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 24, 73-93. <https://doi.org/10.5209/ciyc.64639> (Fecha de acceso: 22/07/2021)
- Heredia Ruiz, V. (2017). Revolución Netflix: desafíos para la industria audiovisual. // *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 135, 275-295 <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i135.2776> (Fecha de acceso: 22/07/2021)
- Heredia-Ruiz, V., Quirós-Ramírez, A. C., y Quiceno-Castañeda, B. E. (2021). Netflix: catálogo de contenido y flujo televisivo en tiempos de big data. // *Revista de Comunicación*, 20:1, 117-136. <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A7>. (Fecha de acceso: 22/07/2021)
- Liberal-Ormaechea, S. y Cabezuelo-Lorenzo, F. (2018). Film streaming platforms spectrum in Spain: Commercial strategies and technological characteristics. // *UCJC Business and Society Review*, 15:4, 136-167. <https://doi.org/10.3232/UBR.2018.V15.N4.04> (Fecha de acceso: 22/07/2021)
- Ministerio de Cultura y Deporte. (2019) *Encuesta de hábitos culturales de España 2018-2019*. Madrid: Ministerio de Cultura y Deporte, 2019. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:1712f192-d59b-427d-bbe0-db0f3e9f716b/encuesta-de-habitos-y-practicas-culturales-2018-2019.pdf> (Fecha de acceso: 22/07/2021)
- Neira, E. (2020). *Streaming wars*. Barcelona: Cúpula
- Neira Borrajo, E., Clares-Gavilán J. y Sánchez-Navarro, J. (2020). Impacto de los servicios over the top en la generación de nichos y gustos. // *Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi*, 37:2, 93-111. <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.198> (Fecha de acceso: 22/07/2021)
- Netflix (2021a). *Final-Q1-21-Shareholder-Letter*. https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2021/q1/FINAL-Q1-21-Shareholder-Letter.pdf (Fecha de acceso: 22/07/2021)

- Netflix (2021b). *Final-Q2-21-Shareholder-Letter*. https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2021/q2/FINAL-Q2-21-Shareholder-Letter.pdf (Fecha de acceso: 22/07/2021)
- Scolari, C. A. (2018). *Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Barcelona: Gedisa
- Siri, L. (2016). El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y del cine? // *Hipertextos*, 4:5, 47-109 <http://revistahipertextos.org/wp-content/uploads/2016/11/El-rol-de-Netflix-en-el-ecosistema-de-medios-y-telecomunicaciones.-Siri.pdf>. (Fecha de acceso: 22/07/2021)
- Wayne, M. L. (2018). Netflix, Amazon, and branded television content in subscription video on-demand portals. // *Media, Culture & Society*, 40:5, 725-741. <https://doi.org/10.1177/0163443717736118>. (Fecha de acceso: 22/07/2021)

Anexo 1: Dimensiones y para el análisis de las plataformas VOD

1. *Descripción básica*

- 1.1. Dirección web
- 1.2. País de origen
- 1.3. Empresa o corporación a la que pertenece
- 1.4. Fecha de inicio de la empresa
- 1.5. Fecha de implantación en España del servicio VOD
- 1.6. Ámbito de distribución
- 1.7. Tecnología utilizada
- 1.8. Sistema de suscripción (cuotas)
- 1.9. Productos y servicios premium, fuera de cuota
- 1.10. Número de dispositivos enlazados
- 1.11. Número de dispositivos usados de forma simultánea
- 1.12. Calidad de la imagen
- 1.13. Perfiles de usuarios
- 1.14. Perfil infantil
- 1.15. Canal infantil
- 1.16. Control parental

2. *Dispositivos y aplicaciones*

- 2.1. Smart TV
- 2.2. App
- 2.3. Ordenador (navegador web)
- 2.4. Consolas de videojuegos
- 2.5. Otros dispositivos
- 2.6. Extensiones para navegadores

3. *Contenidos*

- 3.1. Tipo de contenido
 - 3.1.1. Películas
 - 3.1.2. Series
 - 3.1.3. Documentales
 - 3.1.4. Deportes
 - 3.1.5. Otros
- 3.2. Información sobre los contenidos
 - 3.2.1. Título
 - 3.2.2. Director
 - 3.2.3. Reparto
 - 3.2.4. Género
 - 3.2.5. Año
 - 3.2.6. Sinopsis
 - 3.2.7. Calificación de edad
 - 3.2.8. Duración
 - 3.2.9. Tráiler en plataforma
 - 3.2.10. Contenidos similares
 - 3.2.11. Ranking de visualizaciones
 - 3.2.12. Información extra sobre las escenas
- 3.3. Actualización de los contenidos
 - 3.3.1. Tamaño del catálogo
 - 3.3.2. Periodicidad de las actualizaciones
 - 3.3.3. Publicidad de las novedades en la plataforma
 - 3.3.4. Publicidad de las novedades fuera de la plataforma
 - 3.3.5. Publicidad de las bajas
- 3.4. Promoción de los contenidos
 - 3.4.1. Redes sociales
 - 3.4.2. Medios de comunicación convencionales
 - 3.4.3. Publicidad exterior estática
- 2.5. Propiedad de los contenidos
 - 3.5.1. Producción propia
 - 3.5.2. Contenidos de tercero

4. *Acceso y visualización*
 - 4.1. Interfaces diferentes según los dispositivos
 - 4.2. Caja de búsquedas
 - 4.3. Clasificación en categorías
 - 4.4. Carruseles de carátulas
 - 4.5. Acceso aleatorio
 - 4.6. Series
 - 4.6.1. Estreno de temporadas completas
 - 4.6.2. Agrupación de temporadas en la misma carátula

5. *Interacción de los usuarios con la plataforma*
 - 5.1. Opción de idiomas
 - 5.1.1. Audio
 - 5.1.2. Subtítulos
 - 5.2. Valoraciones
 - 5.2.1. Cuantitativa
 - 5.2.2. Dicotómica
 - 5.3. Recomendaciones a otros usuarios
 - 5.3.1. Dentro de la plataforma
 - 5.3.2. Fuera de la plataforma
 - 5.4. Listas de visionados pendientes
 - 5.5. Descargas temporales
 - 5.6. FAQ
 - 5.7. Contacto

