

# NETFLIX: UN CASO DE ÉXITO EMPRESARIAL

*LADY KATHERINE CONTRERAS MATEUS  
PABLO ANDRES ESQUIVEL ACERO  
DAVID ANDRES FRANCO DUARTE  
JESSICA VENEGAS CANDIL  
Universidad EAN*

## **1. Resumen**

En este informe se puede evidenciar el desarrollo de unos objetivos que, alineados a un marco teórico, ayudarán a resolver el planteamiento de una problemática previamente definida. Cada hallazgo identificado se obtendrá después de la recopilación de datos históricos y con herramientas de investigación cualitativas y cuantitativas a muestra seleccionada que ayudará a identificar: factores, percepciones y acciones relacionadas con plataformas de contenido.

*Palabras claves: Plataforma, contenido, precio, usuarios, Netflix, tendencia.*

## **Abstract**

This report can show the development of objectives that, aligned to a theoretical framework, will help to solve the approach of a previously defined problem. Each identified finding will be obtained after the collection of historical data and with qualitative and quantitative research tools to a selected sample that will help to identify: factors, perceptions and actions related to content platforms.

*Keywords: Streaming, content, price, users, Netflix, trends.*

## **2. Introducción**

El éxito es un estado que toda empresa u organización quiere alcanzar, pero ¿qué se debe hacer para alcanzarlo?. A lo largo de la historia existen muchos casos o ejemplos de éxito empresarial, basándose en estos casos se puede afirmar que el éxito surge cuando una compañía logra entender un mercado y desarrollar un producto o servicio innovador y que satisfaga una necesidad.

Muchas veces este éxito se basa en necesidades básicas que tiene el ser humano o por otro lado en necesidades que están más enfocadas al entretenimiento y el ocio. Centrándose en ejemplos de éxito empresarial a nivel de entretenimiento se puede hablar de organizaciones como lo son Disney, Warner Bros, Nintendo, Netflix, entre otras.

El presente documento tiene como fin dar a conocer y entender cómo Netflix se convirtió en un caso de éxito empresarial. Primero se hará una contextualización donde se expondrá la historia del surgimiento de la empresa, además, se hace una investigación sobre el entorno, la competencia y el perfil de los consumidores, aspectos indispensables que permitieron y siguen permitiendo el éxito de Netflix. Finalmente la metodología que se usa es una investigación desk research, mixta (cualitativa y cuantitativa) donde se busca evidenciar si Netflix sigue siendo la empresa de streaming #1 para los bogotanos y asimismo determinar si Netflix y sus estrategias seguirán llevándolo a conservar su posición en el mercado.

### **2.1. Antecedentes**

La plataforma Netflix ha sido y sigue siendo la líder en suscripciones y reconocimiento, sin embargo en los últimos años ha perdido un número considerable de clientes a pesar de las

inversiones en contenido original y la mejora en experiencia para el usuario. Es por esto que es importante entender y conocer la historia y contexto en el que se creó y desarrolló Netflix para así comprender si sigue siendo la plataforma #1 de streaming y si sus estrategias de retención de usuarios son efectivas.

Corría el año de 1997 cuando Reed Hastings y Marc Randolph crean Netflix empezando como un videoclub de servicio de alquiler de DVD por correo donde los suscriptores podían alquilar películas y programas de televisión en línea y recibirlos en sus hogares a través del servicio postal contando con el plus de no tener penalidades por devolver los videos en el tiempo en que ya hubiera pasado la fecha.

En pocos años, Netflix logró sobresalir y convertirse en una opción esencial para los aficionados a las series y películas, generando la quiebra de gigantes de la industria que no lograron prever lo que el mercado quería en un futuro como Blockbuster (Historiografías, 2019).

En el año 1998 crean netflix.com, el primer sitio web para alquiler y venta de DVD, un año después se incorpora el servicio de DVD's ilimitados el cual permite a los usuarios alquilar DVD's de manera ilimitada a una tarifa mensual por suscripción muy económica.

Según la Barcelona School of Management en el año 2002 Netflix sale a la bolsa (IPO en NASDAQ con el teletipo "NFLX" y 600.000 suscriptores en Estados Unidos) (Netflix Media Center, 2019). Y tan solo tres años después el número de suscriptores ascendía a 4,2 millones.

En el año 2007 Netflix presenta su servicio de streaming, convirtiéndose en pionero de las plataformas de entretenimiento online para ver series y películas.

Así pues, actualmente Netflix se ha convertido en el servicio de entretenimiento por Internet líder en el mundo. Presente en más de 190 países, sus más de 148 millones de suscriptores de pago disfrutan de series, documentales y largometrajes de una amplia variedad de géneros y en diversos idiomas. Los suscriptores de Netflix pueden ver las series y películas que quieran, cuando quieran, donde quieran, y en cualquier pantalla conectada a Internet. También pueden reproducir, poner en pausa o continuar disfrutando, y todo ello sin anuncios ni compromisos de permanencia (Netflix Media Center, 2019).

En el primer trimestre del 2020, debido al **COVID-19**, Netflix tuvo un **crecimiento de 16 millones de suscriptores**, siendo este "el mayor aumento en un trimestre desde sus 13 años de historia." Mas sin embargo hay diferentes factores que han llevado a que Netflix tenga una pérdida de suscriptores.

1. El aumento de competencia con el nacimiento de otras plataformas nuevas como Amazon Prime Video, Disney+, Hulu y HBO Max.
2. Aumento de precios, como consecuencia de las subidas de tarifas de la plataforma, muchos usuarios buscan otras opciones de entretenimiento más económicas.
3. Contenido limitado, aunque ofrece gran variedad de producciones propias muchos usuarios buscar gran diversidad de contenido
4. Durante la pandemia, muchas personas buscan entretenimiento en casa y se suscribieron a servicios de streaming. Sin embargo, una vez que las restricciones se aliviaron y las opciones de entretenimiento fuera del hogar se volvieron más accesible

Para llevar a cabo esta investigación “NETFLIX: UN CASO DE ÉXITO EMPRESARIAL”, se recopilaran fuentes de información como investigaciones, publicaciones formales en artículos

web, páginas web, los cuales proporcionarán al proyecto mayor descripción de conceptos importantes, que abordan el tema a profundidad; proporcionando la aclaración de incógnitas y en el proyecto.

## **2.2.Marco Teórico**

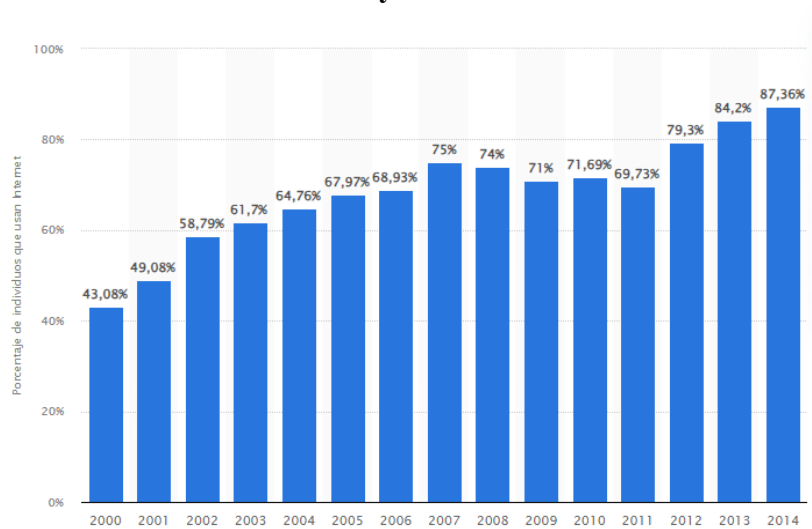
### **a. Análisis del entorno de la empresa**

Desde inicios del siglo XXI Netflix comprendió la necesidad de transformar a la digitalidad todo el contenido de entretenimiento audiovisual que hasta la fecha solo se conseguía de manera física en formato VHS o DVD, aprovechando nuevas tecnologías emergente brindó una nueva experiencia totalmente inmersiva sin salir de casa.

En la década de 2000 a 2010 nos encontramos con una economía global en crecimiento a excepción del año 2008, lo cual permite a Netflix impulsar su crecimiento en nuevos mercados internacionales como Europa, Asia y América Latina. Se realizan fuertes inversiones en licencias de producciones exitosas como Friends y películas taquilleras Avatar y Titanic. (Netflix, 2010)

Las regulaciones políticas dan vía libre a la expansión de contenido licenciado a través streaming consolidando la participación de la compañía a nivel global. A inicios del 2010 surge una nueva necesidad de entretenimiento dado que el contenido en línea ya no es una novedad, el mercado de streaming alcanza una madurez considerable, así mismo el número de hogares con internet en países desarrollados y en vías de desarrollo es cada vez mayor.

**Gráfico 1. Porcentaje de población que utiliza internet en los Estados Unidos entre los años 2000 y 2014**



*Fuente: Statista Research Department*

La demanda cada vez más alta exige nuevo contenido y las nuevas producciones cinematográficas no llegan a la plataforma al ritmo necesario, esto sumado a la llegada de nuevos competidores obligan a replantear la estrategia de la compañía. A inicios de la década Netflix se enfoca a reinvertir sus ganancias en la generación de contenido propio, La creación de series icónicas como House of cards o Stranger things catapultaron el interés de potenciales clientes que aún no se animaban a dar el paso a la plataforma, la exclusividad de estas producciones apalanca su crecimiento con base a un entorno favorable económicamente posterior a la recesión del año 2008, la penetración del internet en los hogares de países desarrollados alcanzó una madurez notable acompañado de un crecimiento sostenido en mercados emergentes lo cual permitió desarrollos tecnológicos alrededor del contenido digital en televisores y teléfonos móviles (Rufete, 2016).

Gráfico 2



**Fuente: La República**

A partir de este punto se implementa una estrategia de integración vertical en donde las producciones originales ya no solo están enfocadas para un público anglosajón, se empieza a generar contenido enfocado a público hispano hablante como: La casa de papel, Narcos o La casa de las flores. La cultura oriental también tiene un impulso significativo en series propias como: El juego del calamar, Navillera o Estamos muertos. Esto se traduce en un incremento sostenido en la cantidad de suscriptores y aún más importante las ganancias a nivel global durante esta década (Netflix, 2022).

Gráfico 3



*Fuente: Plataformas News*

Gráfico 4

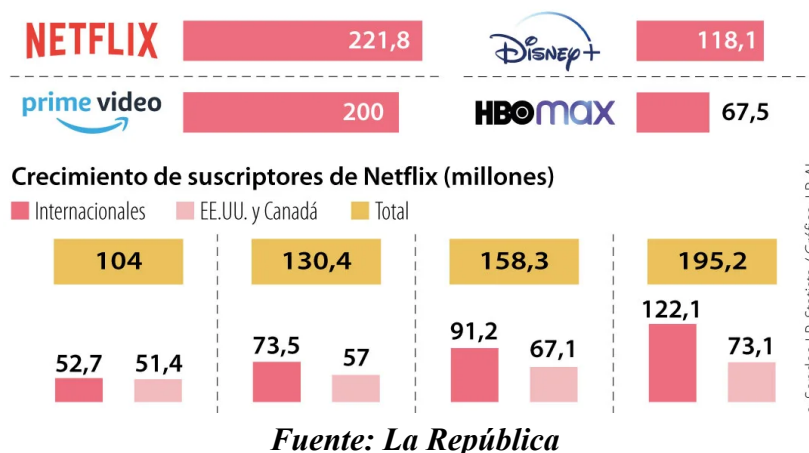


*Fuente: Statista Research Department*

En 2020 Netflix superó la barrera de los 200 millones de suscriptores, este crecimiento exponencial estuvo potenciado por la pandemia a causa del COVID-19 que generó un aislamiento a nivel mundial incrementando la demanda de entretenimiento digital en un 23% (El Economista, 2021). En años recientes si bien el crecimiento ya no es exponencial, se logra mantener como la plataforma de streaming predominante en un entorno de incertidumbre

económica post pandemia y a pesar de la llegada de fuertes competidores como Disney +, Amazon Prime video y HBO Max.

**Gráfico 5**



## b. Análisis de la competencia

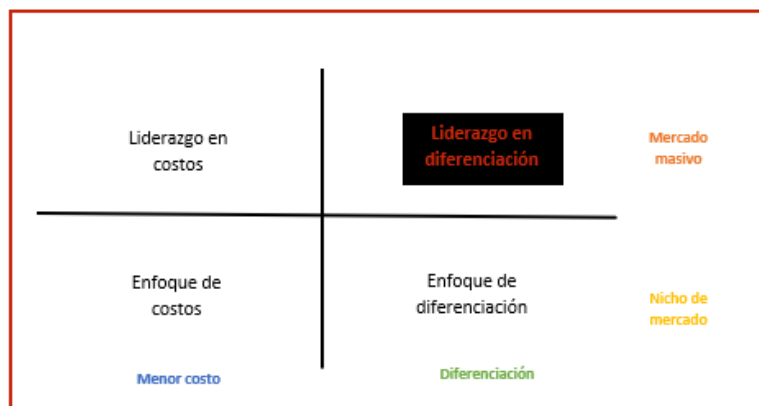
En el año 1997 fecha en la que se creó Netflix no existía ninguna plataforma de streaming. Aunque inicialmente surgió como una empresa de alquiler de DVDs la creación del servicio de suscripción permitió desarrollar una ventaja sobre sus competidores, ya en el 2007 cuando lanzó su plataforma de streaming pasó a ser el único que prestaba este servicio.

Netflix desde sus inicios ha sido el líder de la industria de streaming, en el año 2020 se convirtió en el proveedor #1 a nivel mundial. Aunque para esta fecha ya existían otras empresas de streaming como Amazon Prime Video, HBO y Disney+. La ventaja que tiene Netflix sobre sus competidores es que al llevar más tiempo en el mercado ha podido expandirse a más lugares permitiendo asimismo ser la plataforma de streaming con mayor cobertura a nivel mundial.

La estrategia competitiva que usa Netflix se basa en el liderazgo en diferenciación dado que como lo muestra la imagen se enfoca en diferenciación de servicios (series, documentales,

películas de todos los géneros y para todas las edades) pero al mismo tiempo su mercado objetivo es masivo.

**Gráfico 6. Estrategia competitiva.**



**Fuente: Elaboración propia**

Netflix brinda un servicio diferencial basándose en calidad, busca brindar un servicio único y personalizado para cada uno de sus clientes añadiendo funciones que permiten generar recomendaciones a cada uno de sus usuarios según sus gustos (basándose en los datos obtenidos del uso y preferencias de sus suscriptores) y además es la plataforma de streaming con mayor presencia a nivel global por lo que se desenvuelve en un mercado masivo como se mencionó anteriormente.

Como se aprecia en el gráfico 7 para el año 2022 Netflix siguió en el puesto #1 en servicios de streaming con un total de 221,6 millones de usuarios, seguido de Amazon Prime con un total de 200 millones de suscriptores, en tercer lugar se ubica Disney+ con un total de 129,8 millones y en cuarto lugar HBO con 76,8 millones de usuarios (Becerra, 2022).

**Gráfico 7: Plataformas de streaming con mas suscriptores en el año 2022**



*Fuente: La República 2022*

Para entender a profundidad la posición que tiene Netflix con su competencia se desarrolló un análisis de la industria basado en las fuerzas de Porter, donde se establece cómo se encuentra actualmente en el mercado y cuáles son sus posibles amenazas:

**Gráfico 8. Fuerzas de Porter de Netflix.**

Amenaza de nuevos competidores	Poder de negociación de los compradores	Poder de negociación de los proveedores	Amenaza de productos sustitutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualmente Netflix se encuentra en un mar rojo</li> <li>• El mayor competidor es Amazon Prime - Contenido de calidad con menores precios</li> <li>• La entrada de nuevas empresas a esta industria tiene una alta dificultad, pero los competidores existentes representan una gran amenaza para Netflix</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El poder de negociación del comprador es alto</li> <li>• Existen diferentes opciones que ofrecen un servicio de streaming similar con menores precios</li> <li>• El consumidor hace una relación precio - calidad (variedad en el catálogo ofrecido)</li> <li>• En algunas partes del mundo Netflix es el único proveedor de servicios de streaming</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Netflix tiene la ventaja de ser productor de gran parte de su contenido</li> <li>• Hace un pago porcentual a proveedores como Xbox, PlayStation, entre otros para permitir que tengan el botón de Netflix y así poder reproducir su contenido en estas consolas</li> <li>• Uno de sus proveedores pasó a ser competencia (Disney)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe una amenaza muy baja</li> <li>• Los sustitutos son canales de TV, Youtube, cine, entre otros, quienes perdieron fuerza en el mercado ante el surgimiento de los servicios de streaming</li> </ul>

*Fuente: Elaboración propia*

Basándose en la figura anterior se puede evidenciar que la rivalidad existente entre los competidores es muy alta, dado que actualmente empresas como Amazon, Disney y HBO tienen

los recursos para seguir creciendo a nivel mundial, una de las desventajas que tiene Netflix es que a nivel de industria es la plataforma de streaming con los precios más altos por suscripción y por otro lado, la competencia también produce contenido o series originales lo que ya no es una ventaja competitiva.

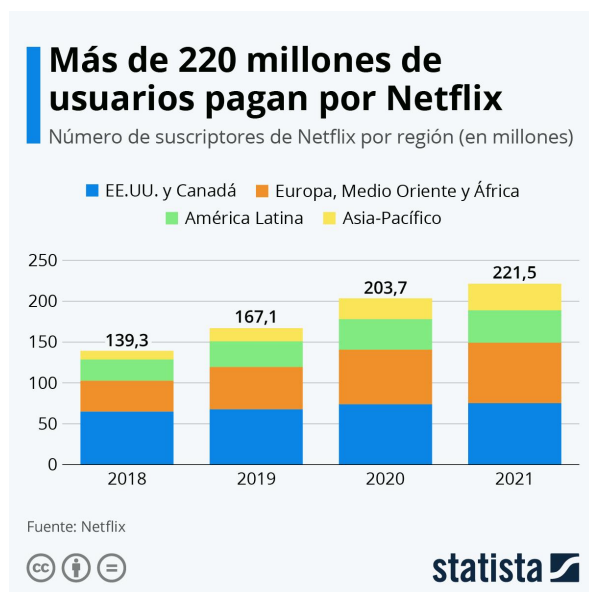
Para el año 2022 Netflix anunció que perdió suscriptores por primera vez en 10 años (Becerra, 2022) con un total de 200.000 suscriptores perdidos, siendo esta la pérdida más representativa que ha tenido Netflix y la que generó un signo de alarma frente a lo que sucederá en el futuro de la industria de streaming.

Aunque el 2022 fue un año de pérdida de suscriptores, en el año 2023 Netflix sigue siendo la plataforma #1 de streaming a nivel mundial. Ha comenzado a implementar nuevas estrategias como lo es la decisión de incluir publicidad (pauta paga) o el cobro por compartir misma cuenta si los usuarios no viven en la misma dirección.

### **c. Análisis del perfil del consumidor**

Los principales consumidores de Netflix son usuarios que demandan diverso contenido digital de entretenimiento a bajo costo. Siendo una de las plataformas de streaming más populares a nivel mundial, pionera en su clase, su base de consumidores abarca una amplia gama de perfiles demográficos. Sin embargo, hay ciertos rasgos comunes que caracterizan al perfil del consumidor promedio.

Gráfico 9



Fuente: Statista.com

Netflix Tiene una oferta dirigida a amplios espectros de edad, al tiempo que como tiene suscriptores de todas las edades, puede darles esos contenidos variado, siendo los jóvenes los que más prefieren usar este tipo de plataformas debido a su facilidad para manejar plataformas tecnológicas .

Gráfico 10

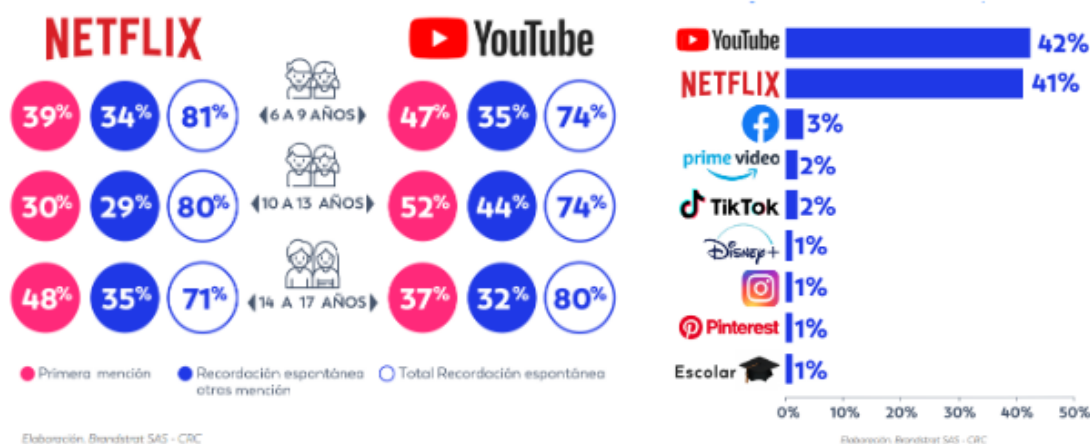


Fuente: Google Images.

Por otra parte, en función del estudio realizado por la televisión pública británica acerca del Video on Demand (2019), los consumidores de Netflix se pueden dividir en tres grandes bloques: en primer lugar, los “*starters*”. Este grupo se define como los hogares que ven dos minutos de una película o temporada de una serie. Este sector comienza a ver determinado contenido, pero no llega a terminarlo. En segundo lugar, los “*watchers*”. Responden al grupo mayoritario pues comprenden el 70% de los espectadores del contenido. Es con este sector con el que la plataforma trabaja mayormente a la hora de realizar estudios sobre sus series o películas más vistas. No obstante, es necesario mencionar que es suficiente ver un solo episodio de una serie para entrar dentro de este grupo. Por último, los “*completers*”, que suponen el 90% de los usuarios totales de la plataforma. Es aquí donde se encuentran aquellos espectadores que ven una serie o película hasta el final. (Fernández Torres, M. J., & Villena Alarcón, E. (2021)

Según el rango de edad, en los resultados para primera mención los participantes en el rango de 10 a 13 años son los que más reconocen a YouTube, con 52% de indicación, y en el rango de 14 a 17 años es en el que más se reconoce a Netflix, con 48%. Las plataformas digitales han empezado a ganar terreno en Colombia ya que los tiempos de consumo aproximado son de 144 horas entre semana y 142 el fin de semana siendo Netflix con un 41% la segunda plataforma digital más vista en el país (Estudio Infancia y Medios Audiovisuales. Apropiación usos y actitudes - Informe ejecutivo. (s/f)).

Gráfico 11



**Fuente: Estudio Infancia y Medios Audiovisuales. Apropiación usos y Actitudes - Informe ejecutivo**

Muchos de los consumidores se ven motivados o desmotivados a permanecer en esta plataforma de streaming debido a los siguientes factores

1. Tipo de contenido y variedad del mismo
2. Contenido bajo demanda (permite sugerencias bajo los gustos y preferencias del usuario)
3. Capacidad de ver múltiples episodios de series, novelas, películas de manera consecutiva y sin limitantes.
4. Perfiles individualizados que compartan cuenta ( este factor se ha visto afectado con la implementación de usuario único por IP)
5. Sensibilidad al precio: Al ser esta la plataforma con mayores costos en el mercado es difícil retener a los clientes que prefieren economía a variedad de contenido ante la diversidad de competidores.

### 3. Metodología y hallazgos

#### 3.1. Metodología

La presente investigación tiene como finalidad ver la evolución de Netflix y entender la percepción de los usuarios hacia esta plataforma, por lo tanto, se decide realizar una investigación mixta con el fin de lograr este objetivo combinando enfoques y herramientas cualitativas y cuantitativas. Con esta definición de metodología se espera tener una visión y entendimiento de forma completa y profunda .

Pregunta de investigación:

¿Evaluar cuál es el estado actual del modelo de negocio de streaming de Netflix y si este le permitirá seguir siendo el proveedor #1 de entretenimiento, desde una perspectiva de usuarios en la ciudad de Bogotá?

Objetivos:

- Evaluar cuál es el estado actual del modelo de negocio de streaming de Netflix y si este le permitirá seguir siendo el proveedor #1 de entretenimiento, desde una perspectiva de usuarios en la ciudad de Bogotá.
- Identificar ventajas y desventajas versus la competencia que determinan la toma de decisión del cliente para la elección del streaming de mayor uso.
- Analizar la efectividad de las estrategias de retención que ha usado Netflix.

Para dar solución a la pregunta problema, además de la investigación teórica que se realizó, se diseñaron 2 herramientas de recolección de datos, una encuesta para obtener información cualitativa sobre el uso de plataformas de streaming y opiniones específicamente sobre Netflix; y por otro lado se realizó una encuesta para determinar el rango de edad que más hace uso de las plataformas de streaming y la puntuación que le dan a las diferentes plataformas en cuanto a

aspectos como contenido, precio vs calidad y la percepción basándose en el diseño y la imagen, las preguntas de las herramientas diseñadas se encuentran en la sección de anexos junto con los resultados obtenidos.

### 3.2. Hallazgos

Con base en la metodología establecida previamente se realizaron 51 encuestas (cuantitativas) y 4 entrevistas (cualitativas), estas herramientas se aplicaron a personas ubicadas en la ciudad de Bogotá. Con la encuesta cualitativa, que consta de 7 preguntas, se pudo obtener la siguiente información:

#### 1. Género

[More Details](#)

[Insights](#)

<span style="color: blue;">●</span> Femenino	21
<span style="color: orange;">●</span> Masculino	29
<span style="color: green;">●</span> Otro	1



*Fuente: Resultados de encuesta. Elaboración propia*

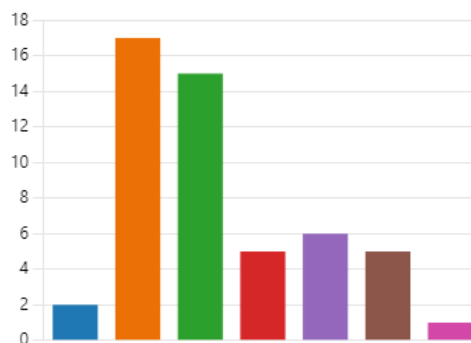
Tomando la encuesta de un grupo de 51 personas, se puede observar que la participación de la misma es de mayoritariamente población masculina con un 57% de la muestra.

#### 2. Rango de edad al que pertenece

[More Details](#)

[Insights](#)

<span style="color: blue;">●</span> De 16 a 20 años	2
<span style="color: orange;">●</span> De 21 a 25 años	17
<span style="color: green;">●</span> De 26 a 30 años	15
<span style="color: red;">●</span> De 31 a 35 años	5
<span style="color: purple;">●</span> De 36 a 40 años	6
<span style="color: brown;">●</span> De 41 a 45 años	5
<span style="color: pink;">●</span> Más de 45 años	1

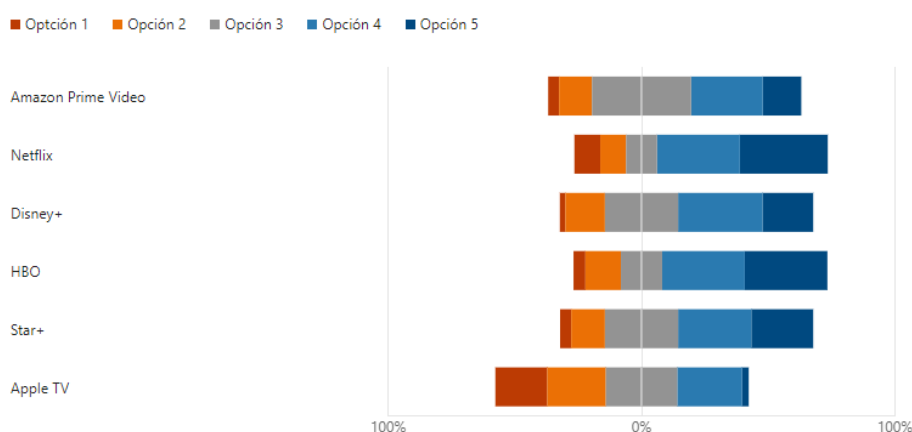


***Fuente: Resultados de encuesta. Elaboración propia***

La gráfica indica que hay un pico entre las personas que realizaron la encuesta, en edades entre 21 a 25 años por ende, hay tendencias marcadas con respecto a esta edad, sus relaciones con la tecnología, preferencias e impacto que tengan frente al desarrollo de las mismas, las cuales influyen en las respuestas brindadas, en último lugar solo 1 persona de más de 45 años contestó la encuesta, quiere decir que para algunas personas de mayor edad son ajenas aun a estas tecnologías, ya sea por desconocimiento de su uso o de existencia .

3. Variedad en el contenido presentado:

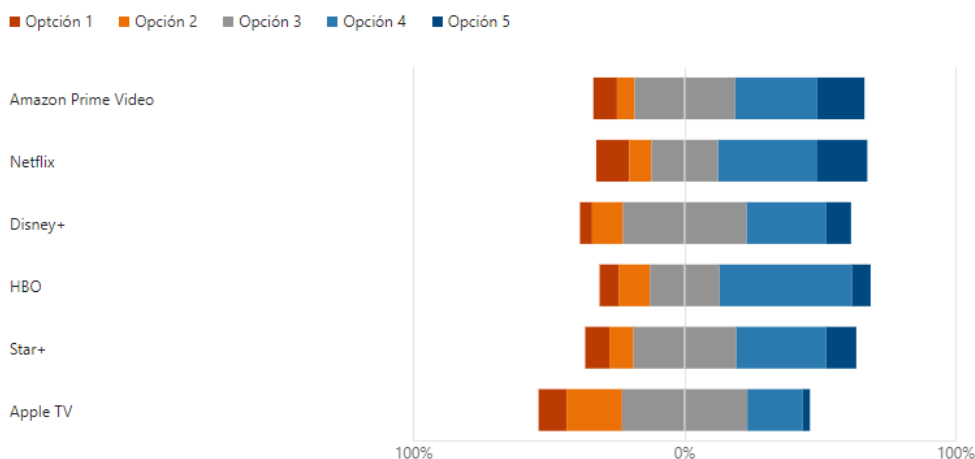
[More Details](#)



***Fuente: Resultados de encuesta. Elaboración propia***

En la anterior gráfica, siendo 5 la calificación más alta, las personas encuestadas claramente tienen preferencias para Netflix en primer lugar como la plataforma con mayor variedad en programas y entretenimiento, seguida por HBO, esto nos demuestra que Netflix se mantiene entre el público como la plataforma con mayor diversidad en contenido en su parrilla de entretenimiento.

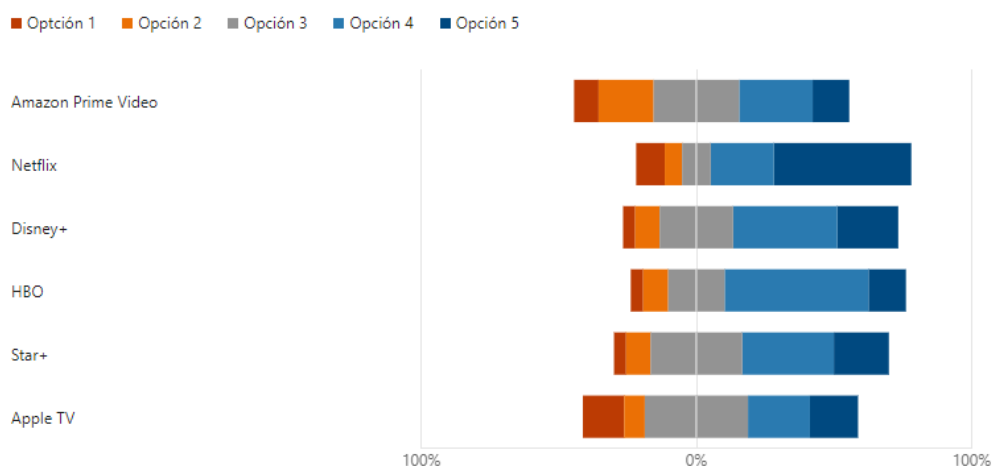
## 4. Precio VS calidad ofrecida

[More Details](#)

***Fuente: Resultados de encuesta. Elaboración propia***

Según las respuestas de los encuestados, las plataformas de HBO y Netflix tienen mayor aceptación cuando se tienen en cuenta las variables de la calidad ofrecida versus el precio que los usuarios deben pagar para obtenerlas, eso sí, Netflix tiene un porcentaje mayor en la mejor calificación de este costo – beneficio. De esta forma, podemos entender que Netflix está bien posicionada en la percepción del mercado con respecto a su calidad (contenido, atributos, personajes, actrices, actores, actuaciones, trama) y que la gente cree que el precio que se paga por este contenido es acorde. Netflix, al mismo tiempo, y en menor medida, tiene el porcentaje más grande en el peor rango de esta comparación de variables

## 5. Diseño y forma de navegación dentro de la plataforma:

[More Details](#)

**Fuente: Resultados de encuesta. Elaboración propia**

Netflix tiene una ventaja frente a sus competidores y se basa en la forma como el usuario llega a decidir qué serie, película o documental elige ver, esta es una ventaja competitiva considerable ya que muchos usuarios desisten de usar el contenido porque las plataformas no terminan de ser amigables para esta elección, Netflix por ejemplo, reproduce parte del contenido y eso puede ser un gancho para la decisión, adicional, las respuestas de los encuestados nos indica que el servicio de navegación sobresale dentro de las diferentes opciones

## 6. ¿Hace uso de la plataforma Netflix?


[More Details](#)

**Fuente: Resultados de encuesta. Elaboración propia**

En la anterior se puede observar que de la población encuestada un 92% hace uso de Netflix actualmente lo que la convierte en la plataforma más usada.

#### 7. ¿Cómo se enteró y decidió ser usuario de Netflix?

[More Details](#)

 Insights

<span style="color: blue;">●</span> Recomendación	11
<span style="color: orange;">●</span> Popularidad	29
<span style="color: green;">●</span> Precio	0
<span style="color: red;">●</span> Contenido	5



***Fuente: Resultados de encuesta. Elaboración propia***

Finalmente se ratifica la popularidad de Netflix dado que la mayoría de sus usuarios, alrededor de un 64% llegó a la plataforma o se animó a usarla debido a su popularidad y reconocimiento dentro de su círculo social.

Por otro lado, la herramienta de recolección de información cualitativa (entrevistas) se aplicó a 4 personas y se basó en 16 preguntas. A través de estas encuestas se pudo obtener la siguiente información:

1. Las entrevistas se aplicaron a personas con diferentes rangos de edad, desde los 19 años hasta aproximadamente los 40 años.
2. La actividad o profesión de los entrevistados va desde estudiantes a profesionales.
3. Se puede determinar que los entrevistados conviven con 1 o hasta 3 personas.
4. El estrato socioeconómico de los entrevistados varía entre el 2, 3 y 4.
5. Solo 2 de los entrevistados mencionaron que en su tiempo libre les gusta ver series (uso de plataformas streaming)

6. El promedio de horas que las personas entrevistadas le dedican a actividades de ocio es de 5,5 horas a la semana.
7. El 75% de los entrevistados prefieren planes de ocio o entretenimiento fuera de casa.
8. El 100% de los entrevistados menciona a Netflix como una de las plataformas de streaming que usa frecuentemente, seguidas por plataformas como Star+ y HBO.
9. Solo 1 de las personas entrevistadas comenta que los servicios de streaming con los años han empeorado.
10. El contenido que el 100% de los entrevistados consume son las series de diferentes géneros.
11. Las personas con rango de edad de 19 y 30 años son las que más tiempo a la semana invierten en el uso de plataformas de streaming con un promedio de 9 horas a la semana.
12. Solo 1 persona de los entrevistados considera que las producciones nacionales tienen alguna representación significativa dentro de las plataformas de streaming
13. Ninguna de las personas entrevistadas ha presentado alguna dificultad o problema con los servicios de streaming (con ninguna de las plataformas)
14. Cuando se les preguntó su opinión sobre Netflix todos mencionaron que es una buena plataforma, se adapta a los cambios y les gusta que realice recomendaciones personalizadas según intereses y hábitos de uso.
15. El 100% de los entrevistados considera que Netflix es una plataforma moderna e innovadora en cuanto a contenido e imagen.

Tanto los datos recolectados en las encuestas como en las entrevistas permiten determinar que en Colombia y más específicamente en Bogotá el uso de plataformas de streaming no discrimina género, edad o profesión. Por otro lado, Netflix es una plataforma que más del 90% de las

personas usan y que las personas siguen calificando como buena en cuanto a contenido, precio vs calidad y la percepción basándose en el diseño y la imagen; siendo la plataforma con más popularidad en el país.

#### **4. Conclusiones**

En esta investigación se ha podido observar el acierto de Netflix desde sus inicios anticipándose a las necesidades de sus potenciales consumidores, así como los puntos de inflexión en el entorno social, político, tecnológico y económico que la llevaron a ser un gigante del streaming a nivel mundial. Durante las recientes décadas la compañía ha sabido adaptarse a los cambios en la demanda de contenido en línea y acciones estratégicas de nuevos competidores. Pasó de retransmitir contenido en línea a ser creador de series y películas, catapultando su crecimiento hasta los 200 millones de usuarios lo que sitúa a Netflix como la plataforma más usada del planeta. Sin embargo no todo es perfecto, se ha podido evidenciar que en los últimos años en busca de contar una alta variedad de contenido, se ha dejado atrás la calidad del mismo. Por lo cual es importante que la compañía realice una revisión de sus producciones actuales con el fin de optimizar esfuerzos y capital en generar historias destacadas que generen expectativa y fidelidad para mantenerse en su posición de liderazgo en la industria del streaming.

Netflix, adicional a ser un caso de éxito, enfrenta retos en la actualidad de competencias que vienen posicionándose en diferentes segmentos. Antes se podía decir que Netflix estaba prácticamente solo en el mercado, pero hoy en día tiene más de cuatro competidores directos como lo son Amazon, HBO, Disney y Apple tv, por lo tanto debe saber permanecer en Colombia

en el top, su contenido y precio ofrecido deberían continuar siendo competitivos, así como el reflejo a la constante innovación que han buscado a través de los años.

#### **4.1. Recomendaciones**

- Ampliar la parrilla de contenido: Netflix a pesar de que es considerada la plataforma con mayor diversidad de contenido debe continuar invirtiendo en la adquisición y producción de contenido diverso y de alta calidad. Además, es importante mantener actualizada la biblioteca con nuevos lanzamientos y películas, series, documentales, novelas, etc que los usuarios siempre quieren ver ya que la competencia en este sector es fuerte.
- Mejorar la experiencia de descargas de contenido ya que al ser contenido pesado, suele demorarse en descargar, impidiendo al usuario disfrutar su contenido favorito en sitios donde no tengan acceso a internet.
- Ofrecer diferentes niveles de suscripción ya que al ofrecer diferentes planes de suscripción que se ajusten a las necesidades y presupuestos de diferentes usuarios se abarcaran más tipos de mercado con diferentes presupuestos.
- Escuchar y responder a los comentarios de los usuarios, mejorando su atención al usuario, llevando con esto una mayor conexión con los clientes.

## Referencias

- Aja, A. (22 de Julio de 2021). *El Economista*. Obtenido de <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/La-crisis-de-la-pandemia-ha-generado-crecimiento-en-el-entretenimiento-digital-20210721-0123.html>
- BBC News Mundo. (2022, abril 21). Netflix: la estrepitosa caída en bolsa que le hizo perder US\$50.000 millones (y qué planes tiene para no perder más usuarios). *BBC*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-61182426>
- Becerra, B. (25 de 04 de 2022). Mientras Netflix pierde clientes, su competencia aumenta membresías y se le acerca. Obtenido de La República: <https://www.larepublica.co/globoeconomia/mientras-netflix-pierde-clientes-su-competencia-aumenta-membresias-y-se-le-acerca-3348949>
- Blockbuster: historia de una empresa signo de época pasada. (2021). Recuperado el 5 de junio de 2023, de <https://www.iprofesional.com/recreo/334046-blockbuster-historia-de-una-empresa-signo-de-epoca-pasada>
- CNN. (18 de 07 de 2022). Cronología de Netflix: así se convirtió en el gigante del streaming. Obtenido de CNN: <https://cnnespanol.cnn.com/2022/07/18/cronologia-netflix-asi-se-convirtio-gigante-streaming-orix/>
- CNN en Español. (2016). Estos son los países de la región con mejor y peor conexión a internet, según la CEPAL | CNN. <https://cnnespanol.cnn.com/2016/09/14/estos-son-los-paises-de-la-region-con-mejor-y-peor-conexion-a-internet-segun-la-cepal/>
- Cronista, E. (26 de 07 de 2021). Netflix: la competencia y la saturación del mercado derrumban el éxito de la plataforma. Obtenido de El Cronista: <https://www.cronista.com/clase/trendy/netflix-la-competencia-y-la-saturacion-del-mercado-derrumban-el-exito-de-la-plataforma/>

- Cuofano, G. (22 de 05 de 2023). Four Week MBA. Obtenido de <https://fourweekmba.com/es/competidores-de-netflix/>
- Ducon Vladimir. (2020). Blockbuster vs Netflix, la innovación en el modelo de negocio. Ducon Vladimir. <https://es.linkedin.com/pulse/blockbuster-vs-netflix-la-innovaci%C3%B3n-en-el-modelo-de-negocio-ducon>
- Estudio Infancia y Medios Audiovisuales. Apropiación usos y Actitudes - Informe ejecutivo. (s/f). CRC. Recuperado el 5 de junio de 2023, de <https://crcom.gov.co/es/biblioteca-virtual/estudio-infancia-y-medios-audiovisuales-apropiacion-usos-y-actitudes-informe>
- Fernández Torres, M. J., & Villena Alarcón, E. (2021). Posicionamiento en los entornos digitales: el caso de Netflix y su interacción con los públicos. *Fonseca, Journal of Communication*, (22). <https://doi.org/10.14201/fjc-v22-22693>
- La historia de Netflix convertida en infografía.* (s/f). Historiografías. Recuperado el 25 de junio de 2023, de <https://histografias.com/infografia-historia-netflix.html>
- Naranjo, S. C. (2021, enero 21). ¿Cuántos usuarios pagan por Netflix alrededor del mundo? Statista. <https://es.statista.com/grafico/23981/numero-de-suscriptores-de-netflix-por-region/>
- NETFLIX - UN CASO DE ÉXITO.* (s/f). Accid.org. Recuperado el 25 de junio de 2023, de <https://accid.org/wp-content/uploads/2019/11/CASE-STUDY-NETFLIX-Un-caso-de-%C3%A9xito-def.pdf>
- Rufete Vicente, E. L. (2016). *ANÁLISIS DEL USO DE ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO NETFLIX.* Obtenido de UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ: <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/3756/1/RUFETE%20VICENTE%20EMMA%20LETICIA.pdf>

## Anexos

A continuación se puede observar las preguntas que contienen las guías o herramientas que se usaron para obtener la información cualitativa y cuantitativa que se requirió para desarrollar la investigación:

### Guia cualitativa

- ¿Cuál es su nombre?
- ¿Cuántos años tiene?
- ¿A qué se dedica?
- ¿Con quién vive?
- ¿Sus servicios públicos a qué estrato socioeconómico pertenecen?
- ¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?
- ¿Cuánto tiempo a la semana cree que dedica al entretenimiento?
- ¿Usted prefiere hacer planes de ocio dentro o fuera de su hogar?
- ¿Si Usted actualmente es miembro de alguna plataforma de streaming, cuéntenos de cual y que es lo que más le gusta?
- ¿Considera que el contenido de esa (s) plataforma (s) viene mejorando o empeorando?
- ¿Qué tipo de contenido suele consumir en las plataformas de streaming?
- ¿Cuánto tiempo cree que dedica a este pasatiempo a la semana?
- ¿En qué medida cree que el contenido nacional les da un plus a estas plataformas?
- ¿Ha tenido problemas con algún streaming? ¿cómo le fue con el servicio?
- ¿Qué opina de Netflix?
- ¿Le parece moderna en contenido e imagen?

### Guia Cuantitativa

- ¿Cuál es su género?
  - Mujer
  - Hombre

- En qué rango de edad se encuentra
  - 16 a 20
  - 21 a 25
  - 26 a 30
  - 31 a 35
  - 36 a 40
  - 41 a 45
  - Más de 45
- Con respecto al contenido en variedad donde 5 es muy bueno y 1 es muy malo
  - Amazon 1. 2. 3. 4. 5.
  - Hbo 1. 2. 3. 4. 5.
  - Star plus 1. 2. 3. 4. 5.
  - Netflix 1. 2. 3. 4. 5.
  - Apple tv 1. 2. 3. 4. 5.
  - Disney 1. 2. 3. 4. 5.
- Con respecto a la percepción de precio donde 5 es muy económico y 1 es muy costoso
  - Amazon 1. 2. 3. 4. 5.
  - HBO 1. 2. 3. 4. 5.
  - Star plus 1. 2. 3. 4. 5.
  - Netflix 1. 2. 3. 4. 5.
  - Apple tv 1. 2. 3. 4. 5.
  - Disney 1. 2. 3. 4. 5.
- Con respecto a la navegación cuál es su percepción donde 5 es muy bueno y 1 es muy malo
  - Amazon 1. 2. 3. 4. 5.
  - HBO 1. 2. 3. 4. 5.
  - Star plus 1. 2. 3. 4. 5.
  - Netflix 1. 2. 3. 4. 5.
  - Apple tv 1. 2. 3. 4. 5.
  - Disney 1. 2. 3. 4. 5.
- ¿Cómo llegó a Netflix?

- Recomendación
- Popularidad
- Precio
- Contenido

Link de la herramienta cualitativa:

[https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?subpage=design&FormId=WbVvwGgbhEu hT0fQ2Delq\\_2AUjU\\_K29Pg9-imm2wqetUMIRCREFVV1hVQVRDWUhaV0VEMjNLWjk5My4u&Token=60cde004c8b845f59d1d8fde586e4aa5](https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?subpage=design&FormId=WbVvwGgbhEu hT0fQ2Delq_2AUjU_K29Pg9-imm2wqetUMIRCREFVV1hVQVRDWUhaV0VEMjNLWjk5My4u&Token=60cde004c8b845f59d1d8fde586e4aa5)

Link de la herramienta cuantitativa:

<https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?subpage=design&FormId=WbVvwGgbhEu hT0fQ2Delq4yiu-gotPdAkNUYCiUQYtZUQkNDWIU0RUdNR0VQOUxYUlc4SUdMWTJFM iQIQCN0PWcu&Token=88b500b68347412fa211bb9956019e61>