



Netflix es la plataforma más utilizada entre los jóvenes, según un estudio de la Complutense que da a conocer cómo es el perfil del usuario del video a la carta en España

- Carlos Grossocordón, estudiante del Máster de Patrimonio Audiovisual de la Universidad Complutense, es el autor de la investigación “Contenidos online de pago”.
- El estudio comprende un análisis del catálogo de ‘Video On Demand’ que emiten por *streaming* en España (Filmin, Wuaki.tv, Movistar+ y Netflix) y una encuesta online¹.

Madrid, 6 de julio de 2017.- El estudiante del Máster de Patrimonio Audiovisual de la Complutense, Carlos Grossocordón, ha concluido una fase de la investigación en la que ha analizado el catálogo de las cuatro plataformas más importantes o de mayor presencia en España, una de ellas nacional -Filmin.es- con servicio de tarifa mensual.

El estudio abarca las plataformas de *Video On Demand* que emiten por *streaming* en España (Filmin, Wuaki.tv, Movistar+ y Netflix), **comparando distintos aspectos claves que pueden decidir la suscripción de un usuario a estos servicios, como el catálogo de cada compañía, el precio, la calidad de imagen o la variedad de los dispositivos de acceso.** Además, se realizó una encuesta online² a una muestra de 200 individuos escogidos al azar, sobre las formas de consumo audiovisual, centrado especialmente en el uso de estas plataformas.

La investigación, titulada “Contenidos online de pago”, es el trabajo final del Máster de Patrimonio Audiovisual de la Complutense de Carlos Grossocordón y ha sido dirigida por la profesora Loreto Corredoira.

Estas son las principales conclusiones:

1. Los usuarios mayoritarios se ajustan a una edad comprendida entre los 18 y los 25 años (41%).
2. El uso de estos servicios es ligeramente superior entre el público femenino que el masculino (53% frente al 47%).

[1] Según los resultados de la encuesta publicada por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en Mayo de 2017, Movistar+ cuenta actualmente con 1.207.000 usuarios, Netflix con 540.000 y Wuaki.tv con 206.000. Enlace web: <http://data.cnmc.es/datagraph/>.

² La encuesta se creó a través de la plataforma de Google, y se utilizaron las redes sociales (Facebook, Twitter) y el correo electrónico para su difusión.





3. Las plataformas más utilizadas son: 1- Netflix (60,7%), 2- Movistar+ (41,3%) y 3- HBO España (13,3%).

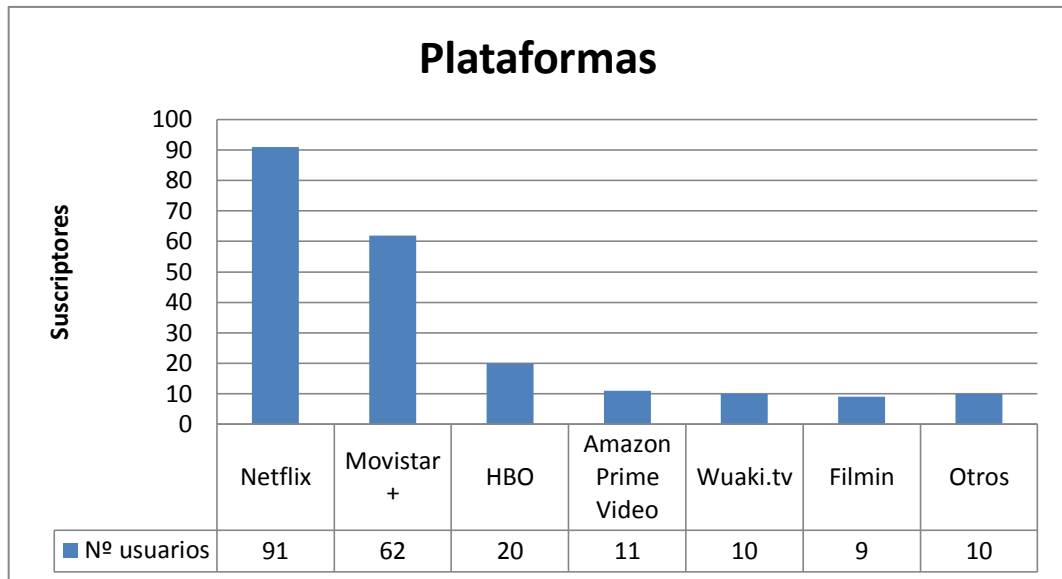


Fig. 1: Elaboración propia. Plataformas con mayor número de suscriptores en España. Fuente propia (encuesta de opinión). © Carlos Grossocordón, UCM

NOTA DE PRENSA

4. Los usuarios que se suscriben a estos servicios lo hacen principalmente por tener, en general, una gran variedad de películas en catálogo, series de estreno y documentales exclusivos (61,2%).
5. De media, el dinero gastado mensualmente por un usuario está comprendido entre los 5 y los 10 euros (37,6%).
6. De forma general, el usuario suscrito a estas plataformas ni alquila ni compra películas que no se incluyen dentro del catálogo original de la compañía (49,4% "Nunca lo hace" / 42,9% "Rara vez lo hace").
7. El grado de conocimiento que tienen los usuarios del catálogo de las plataformas audiovisuales al que están suscritos es medio (32,3%).
8. El precio que pagan los usuarios mensualmente es considerado por ellos mismos como "Normal" (58,5%).
9. La mayor parte de los usuarios suscritos a estos servicios conocieron su existencia a través de "Amigos y familiares" (45,3%) y por "Internet" (30,2%).
10. Habitualmente, los usuarios consumen las películas y las series a través de Smart TV (41,7%), ordenadores y portátiles (37,2%).
11. La cuenta a la que están suscritos los usuarios la comparten un 63,2% de las personas encuestadas.
12. Las tres ventajas más importantes que el usuario considera del streaming son:
 - a- "La oferta de contenido" (65,4%),
 - b- "El uso en múltiples dispositivos" (46,8%)
 - y c- "La calidad de imagen" (33,3%).



13. Normalmente, los usuarios solo tienen contratado una plataforma de Vídeo Bajo Demanda (74,2%).
14. El público consume ligeramente más los productos audiovisuales de forma doblada (52,8%) que con subtítulos (49,1%).
15. Los usuarios, de forma amplia, solo ven las películas y series en su hogar (98,8%).
16. El servicio *offline* que disponen algunas plataformas como Netflix o Movistar+, apenas es utilizado por los usuarios: 33,5% "Nunca lo utiliza", 27,1% "Rara vez lo utiliza" y 15,5% "No sabe qué es".
17. Dentro de los modelos de Vídeo Bajo Demanda (VOD) que transmiten por *streaming*, los usuarios prefieren, mayoritariamente, suscribirse a un catálogo de películas (78,7%).

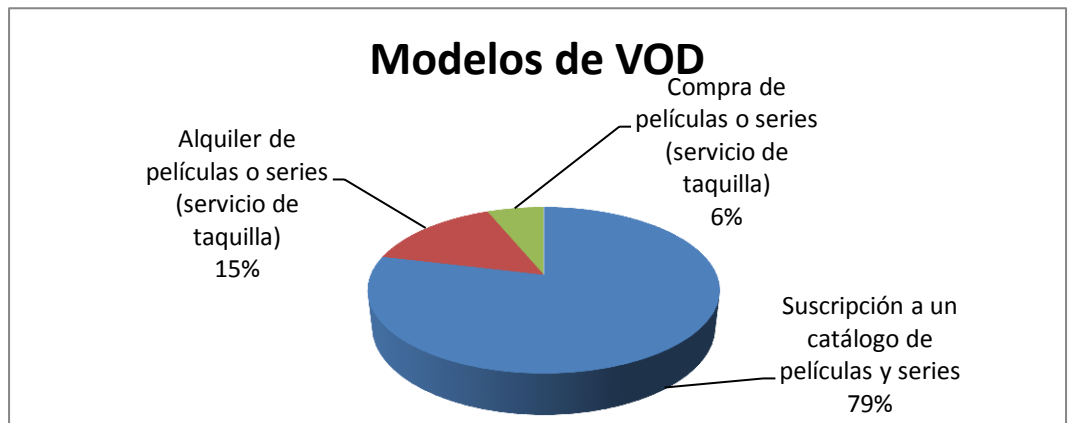


Fig. 2: Plataformas con mayor número de suscriptores en España. Fuente propia (encuesta de opinión). © Carlos Grossocordón, UCM

18. De media, el público en general dedica entre 1 y 2 horas diarias al consumo de películas y series que proporcionan estos servicios (51%).
19. Los usuarios "Rara vez" (34,8%) y "Normalmente" (30,3%) utilizan las recomendaciones de películas y series que ofrecen estos medios.
20. Ampliamente, el público suscrito a las plataformas utiliza la red "wifi" como tipo de conexión preferente (94,9%).
21. Los usuarios están satisfechos con estos servicios y suelen renovarlo mensualmente (67,8%).

MÁS INFORMACIÓN:

Carlos Grossocordón: carlosgrossocordon@hotmail.com – 633 930 451)

NOTA DE PRENSA