



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**Cine y Televisión: Impacto del modelo Netflix en la perdurabilidad de
la industria audiovisual**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTORES:

González Asmat, Yoselin ([0000-0002-3285-1526](tel:0000-0002-3285-1526))

Leiva Alayo, Karin Lizbet ([0000-0001-5815-7199](tel:0000-0001-5815-7199))

ASESOR:

Mg. Oblitas Pinillos, Luis Daniel ([0000-0002-3705-4200](tel:0000-0002-3705-4200))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

Trujillo - Perú

2021

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados. A nuestra familia, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Agradecimiento

A mi familia, por haberme dado la oportunidad de formarme en esta prestigiosa universidad y haber sido mi apoyo durante todo este tiempo. De manera especial a mi tutor de tesis, por haberme guiado, no solo en la elaboración de este trabajo de titulación, sino a lo largo de mi carrera universitaria y haberme brindado el apoyo para desarrollarme profesionalmente y seguir cultivando mis valores. A la Universidad Cesar vallejo y a todos nuestros profesores, por habernos brindado tantas oportunidades y enriquecernos con su conocimiento.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	3
III. METODOLOGÍA:	9
3.1 Tipo y diseño de investigación	9
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización	10
3.3 Escenario de estudio	10
3.5 Participantes	11
4.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	11
3.6 Procedimiento	12
3.7 Rigor científico	12
3.8 Método de análisis de datos	13
3.9 Aspectos éticos	13
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	14
V. CONCLUSIÓN	18
VI. RECOMENDACIONES	19
REFERENCIAS	
<u>ANEXOS</u>	

Índice de tablas

Índice de gráficos y figuras

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad determinar el impacto que genera el modelo Netflix en la perdurabilidad de la industria del cine y de la televisión, se realizó una investigación con diseño fenomenológico por que estudia a sus raíces etimológicas , de tipo básica descriptiva de enfoque cualitativo, porque busca conocer y entender mejor el Impacto que genera el modelo Netflix en la perdurabilidad sobre la industria del cine y la televisión, los participantes fueron especialistas del medio audiovisual y usuarios de Netflix, contamos con dos categorías , 6 subcategorías . 16 indicadores, los cuales fueron medidas utilizando una entrevista y focus group con sus respectivas guías. Se encontró como resultado principal que la industria del cine y televisión pasaron durante todo este tiempo por un cambio constante debido a la digitalización y lo que más afecto a estas industrias fue el COVID -19 lo que llevo a los usuarios a refugiarse a las plataformas de streaming como Netflix, más que una amenaza se debe ver como una herramienta porque no ofrecen la misma experiencia.

Palabras claves: Impacto, Modelo de negocio, Industria cinematográfica.

ABSTRACT

The purpose of this work is to determine the impact generated by the Netflix model on the durability of the film and television industry, research was carried out with phenomenological design because it studies its etymological roots of a basic descriptive type of qualitative approach, because it seeks to know and better understand the Impact generated by the Netflix model on durability on the film and television industry. the participants were specialists of the audiovisual medium and Netflix users have two categories, 6 subcategories. 16 indicators, which were measured using an interview and focus group with their respective guides. It was found as a main result that the film and television industry went through a constant change during all this time due to digitalization and what most affected these industries was COVID-19 which led users to take refuge to streaming platforms such as Netflix, more than a threat should be seen as a tool because they do not offer the same experience.

Keywords: Impact, Business model, Film industry

I. INTRODUCCIÓN

La aparición de Netflix ha variado la manera de ver películas y series, las tradicionales salas de cine y los canales de televisión no son los únicos medios para reproducir estos productos audiovisuales, sino que actualmente se cuenta con plataformas de streaming que permiten percibirlos en cualquier momento y lugar. Debido a ello, el estudio de la estrategia mercantil de Netflix es imprescindible para comprender su posicionamiento en la industria del entretenimiento.

En enero, el diario El País (2021) informó que Netflix ha obtenido un 47,99 % más de suscriptores en contraste con la cantidad del año anterior e indicó que esta plataforma supera los doscientos millones de ellos. Esta realidad ha generado que HBO, Amazon Prime Video, Disney Plus, entre otros, produzcan sus propias plataformas de streaming. La competencia es alta, por lo que, estas compañías continuamente actualizan sus carteleras, lo que determina un aumento de producción audiovisual a nivel mundial, las plataformas necesitan mucho contenido estamos vendiendo ahora muchísimo nuestros títulos debido a que al consumidor le tienes que ofrecer mucho contenido para conseguir fidelizar a tu plataforma indico la directora general de Morena Films al referido diario.

El portal web colombiano todotvnews (2016) indicó: *“Angela Guerra, directora de Regulación de Telecomunicaciones, presentó algunos datos de un estudio encargado por la empresa, que muestra que Netflix tiene 500.000 suscriptores, superando así a la competencia como Amazon Prime al igual que las distintas plataformas que se encuentran en el mercado como Disney Plus y HBO; más recordadas por sus producciones cinematográficas y televisivas”*. Este noticiero señaló que Netflix desde el 2011 ha captado suscriptores y aumenta la cantidad de ellos de forma continua, lo que representa un gran cambio en el consumo audiovisual debido a las necesidades y preferencias del público. En Perú, Netflix es usado por el 22% de usuarios que se conectan a Internet y brinda la oportunidad

de posicionarse a nivel internacional a producciones nacionales, tal es el caso de diez películas y la serie El Último Bastión (Ipsos, 2020).

Como nos indican Espinosa y Enrique (2018) las preguntas de investigación orientan la formulación de objetivos y todo el proceso de toma de decisiones en el diseño de la investigación, análisis de datos, redacción y discusión de los resultados y de las conclusiones. Por ello, se plantea el siguiente problema de investigación: ¿Cuál es el impacto que genera el modelo Netflix en la perdurabilidad sobre la industria del cine y la televisión?

La presente investigación se justifica de manera práctica, puesto que, ayuda a entender la acogida que tuvo Netflix durante el COVID-19 y obliga a otras industrias como el cine y la Tv a reinventarse para perdurar en el tiempo. Como afirma Fernández (2020) que la justificación práctica ayuda a resolver un problema o al menos propone estrategias que al ponerse en práctica contribuirán a su solución. Desde el punto de vista de Fernández (2020) indica que toda investigación debe tener cierta relevancia social, concordamos con el autor por ello la investigación también se justifica de manera social ya que estamos estableciendo el impacto que tiene la plataforma Netflix en un contexto cultural y como última justificación es la metodológica debido a que creamos nuestro propio instrumento que puede ayudar a futuras investigaciones es así como lo plantea Fernández (2020) un estudio se justifica metodológicamente cuando se creará un nuevo instrumento para recolectar o analizar datos, o se plantea una nueva metodología que incluya otras formas de experimentar una o más variables.

El objetivo general es determinar el impacto que genera el modelo Netflix en la perdurabilidad de la industria del cine y de la televisión. Los objetivos específicos son el describir la evolución de la plataforma del modelo Netflix, el analizar la estructura de funcionamiento de plataforma del modelo Netflix, de la industria del cine y la televisión y el evaluar la perdurabilidad de la industria del cine y la televisión.

II. MARCO TEÓRICO

Se define a las plataformas audiovisuales de streaming como un entorno informático específico que utiliza sistemas interoperables. El sistema proporciona contenido audiovisual a través de una conexión a Internet y muestra o descarga contenido en línea en dispositivos móviles (Muzak ,2018).

La investigación titulada El Impacto Tecnológico en el Comportamiento de los Consumidores por Antón (2014) denota el comportamiento de los consumidores durante la toma de decisiones, de acuerdo con sus necesidades y decisiones de compra y comportamientos posteriores a la compra, lo que permite la percepción de satisfacción del consumidor.

Fornelio (2014) sugirió que se defina a estrategias de marketing y seguimiento de producto exclusivamente online, así como el concepto de convergencia cultural, que permite que se demuestre que las propiedades del marketing posibilitan que el producto audiovisual impacte online, lo que promueve su popularidad, a través de la estrategia transmedia en Internet. Este proyecto aporta significativamente, desde varias perspectivas, porque trata en profundidad los aspectos expuestos, tal como el impacto que tuvo esta plataforma a nivel cinematográfico, la proyección de experiencias adquiridas, a nivel laboral, en la dirección audiovisual y el establecimiento de un mercado que prescinde de la posibilidad de ir al cine (Zamorano, 2014). Álvarez y López (2015) argumentaron que la cadena de valor de la industria se ha modificado y ha creado nuevas ventanas de consumo y reorganizado la producción, distribución y comercialización de diferentes plataformas. Netflix se estableció por primera vez como distribuidor de contenido de terceros y, desde 2013, produce contenido propio, lo cual ha revolucionado el cine y la televisión. Ha integrado Internet en televisión, nuevas pantallas como primera ventana de la exposición, lo que generó una ruptura en el clásico oficio de explotación de escaparates cinematográficos.

El estudio de Rufete (2016) tuvo como objetivo el determinar la tasa de crecimiento de Netflix y comprender cómo la empresa se dirige correctamente a sus clientes potenciales para que puedan adaptarse a los productos y también a los nuevos patrones de consumo del mercado. La matriz de Ansoff se utilizó como método para analizar los diferentes modelos u opciones de crecimiento de la empresa a lo largo de su supervivencia. La estructura de esta investigación es la siguiente: Historia de la empresa, descripción del entorno empresarial y estrategia de marketing. La empresa posicionó su marca como la más asequible, más enfocada a los gustos del consumidor, se convirtió en el servicio más atractivo del mercado y se ha estimado que su nombre es original. La empresa ha logrado crear un excelente motor de recomendación y adaptar su servicio a cualquier dispositivo con pantalla y conexión a Internet, a causa de un continuo proceso de innovación tecnológica.

Peláez (2016) redactó la tesis titulada Nuevos hábitos de consumo de TV: nuevos dispositivos y flexibilidad en el consumo de TV. Esta investigación se basa en la comprensión de las nuevas formas de consumo audiovisual de los espectadores argentinos en comparación con la variedad de medios que entregan contenidos. Se realizó una encuesta a 200 personas para identificar sus hábitos de recepción y consumo audiovisual según los contenidos y medios a los que están expuestos. Las conclusiones muestran que la flexibilidad en la visualización de contenidos surge del hecho de que se difunden no solo a través de la televisión sino también a través de Internet, lo que beneficia su visualización en cualquier momento sin depender de una cuadrícula programática. Aun así, el autor cree que los medios tradicionales y digitales pueden impregnarse entre sí porque la audiencia es diversa y se dirige al medio que mejor se adapta a sus necesidades.

Diaz (2018) plantea que su objetivo es describir el perfil de consumo de los universitarios de Lima, con el fin de brindar un soporte informativo en la toma de decisiones de los representantes de la industria cinematográfica nacional. El diseño de la investigación es descriptivo, de un tipo mixto de estudio cualitativo y cuantitativo. Se realizaron 384 encuestas, de las cuales, 166 fueron presenciales y 218, virtuales, dirigidas a estudiantes de la Universidad Metropolitana de Lima. Por tanto, se pueden sacar conclusiones sobre el consumo de películas del grupo

destinatario. Según los resultados del número de vistas cada mes, la mayoría de los encuestados ven cinco películas, luego, el 31,7 % de las personas ven seis a diez películas al mes. Entre los aficionados al cine, la mayoría, es decir, el 42% ve de seis a diez películas, mientras que la mayoría de interés secundario en cine, o sea, el 56,5 % ve de una a cinco películas; en cuanto a las plataformas digitales de medios de transmisión de pago, Netflix es la plataforma más utilizada entre los jóvenes. Sin embargo, todavía hay un gran grupo de jóvenes que no se ha suscrito a ninguna plataforma digital, por lo que, es probable que Netflix y otras marcas competidoras como Fox +, HBO, etc. se expandan.

Fernández (2016) señala que su proyecto tendrá un enfoque teórico y metodológico, que da un paso más en el proyecto de investigación en el que realiza, entre otros fenómenos, plataformas mediáticas que de alguna manera incluyen o cuestionan procesos de construcción de espacios de interacción e intercambio propuestos por esas plataformas. Se ha publicado sucesivos trabajos sobre una plataforma multimediática.

El artículo académico titulado El uso, los hábitos y la experiencia del usuario de los estudiantes universitarios jóvenes en el audiovisual de Netflix, realizado por Wille (2018) y publicado en la Biblioteca Electrónica tuvo como objetivo el determinar el impacto de Netflix sobre el consumo audiovisual, mediante la finalidad, los hábitos de consumo, la actitud y la experiencia de la plataforma Netflix. Este estudio se basó en métodos cuasi experimentales para realizar un muestreo probabilístico, se seleccionó a 382 estudiantes públicos y privados de Santa Cruz La Sierra y se consideró su nivel de confianza, no la probabilidad, para 7 personas, por medio de una discusión de grupo focal. El principal resultado que se obtuvo fue el mantenimiento de vínculos de fusión de tecnologías culturales de Netflix.

La investigación científica de Pérez (2019) tuvo como objetivo determinar el impacto del servicio Netflix en las preferencias del consumidor del público de 18 a 28 años en el showroom de Cinépolis Limonar de Santiago de Cali. Este estudio se basó en un enfoque metodológico descriptivo que mostró el comportamiento del público y su preferencia entre Netflix como nueva ventana de exhibición y un medio tradicional de proyección de películas. Entrevistas, encuestas y observación de los

participantes en diferentes espacios y salas de exhibición se utilizaron como herramientas para comprender las vivencias y percepciones de las preferencias de este público. Se expuso el impacto del sistema de consumo de contenido online de Netflix sobre la transmisión clásica de proyección de películas, tal como, el cine. Se verificó la existencia de migración digital de usuarios, debido al uso de exhibiciones en línea se redujo el consumo de películas en una sala de cine y se indicó claramente que la preferencia de estos consumidores es Netflix porque es considerado como el servicio de mayor satisfacción.

Historia de la plataforma de streaming Netflix

Netflix se inició en 1997 en Delaware por Reed Hastings, Mitch Lowe y Marc Randolph, quienes anticipadamente habían desarrollado parte de la empresa Pure Software, pertenencia de Hastings y que se vendió en 1997 (Bloomberg, 2015).

Es un servicio en línea bajo demanda que permite a los suscriptores acceder a un extenso catálogo de innumerables películas, series y documentales por una tarifa mensual fija, sin necesidad de publicidad. El cliente se conecta al servidor de la empresa por teléfono, tableta, computadora, consola de juegos, reproductor de DVD / Blu-ray, televisor y decodificador (incluidos los dispositivos con capacidad de conexión) y el sistema guarda y reproduce una copia temporal del registro seleccionado. En otras palabras, la actividad de Netflix es el streaming, esto significa que el archivo no se acumula en la computadora del usuario, sino que recibe uno o más flujos de datos, solo se guardan en unidades de almacenamiento temporal, llamadas buffers y se vuelven a emitir al mismo tiempo (Neira, 2015).

El surgimiento del Internet ha experimentado una serie de cambios, tanto durante el período de distribución clásico de la industria del cine como de la televisión. Netflix es una importante plataforma para la comercialización online de películas, series y documentales, con su modelo de negocio de los años 90 basado en la entrega por correo de DVD en Estados Unidos, presentándose a 83 millones de usuarios en 190 países. Sin embargo, hace unos años, las plataformas de audiovisuales bajo demanda para transmisión y superior llegaron a nuestras vidas en un instante. Desde entonces, ha aparecido la capacidad de ver en cualquier

momento y en cualquier lugar y se ha introducido ampliamente en las pantallas de televisión como un medio tradicional favorecido por los consumidores (Martín, 2016).

Asimismo, la empresa cuenta con tres segmentos: streaming nacional, internacional y, disponible sólo en Estados Unidos, el alquiler de películas de DVD por correspondencia (Netflix, 2016).

Modelos de negocio utilizados por Netflix

Como nos comenta Neira et al. (2021) el contenido disponible para los usuarios ha crecido exponencialmente (concentración de audiencia reducida en base a opciones limitadas), comercializado a través de modelos de negocio de suscripción (eliminando anuncios en el contenido), y diferentes destinatarios (muchos de los cuales son móviles o externos).

Según Giner (2018) las empresas disruptivas posibilitan una respuesta a necesidades que anteriormente no estaban cubiertas, por lo que, esta estructura de funcionamiento capta clientes que no eran consumidores de este tipo de servicios, así, estas compañías rompen con la oferta tradicional de productos y servicios.

Netflix adopta un modelo disruptivo que se basó en un negocio en red; es decir, por medio de Internet, su anterior modelo consistía en la distribución de películas de forma física. La distribución por Internet permite que sus costes se reduzcan drásticamente, lo que posibilita la adquisición de sus productos a bajo costo (Rojo, 2016). Actualmente, ofrece la emisión de contenido de streaming solamente como películas, series y pequeñas producciones, las cuales, por un sistema de recomendaciones implantado por la empresa, capta un público mayor (Kaplan, 2012)

Netflix es el mayor proveedor mundial de contenido multimedia en Internet, porque almacena todo el contenido que los sistemas de computación en la nube tienen para ofrecer. Así, los suscriptores pueden disfrutar de videos en línea a través de cualquier dispositivo conectado a Internet. El método de pago de la compañía

ofrece tres paquetes de calidad y precio basados en suscripciones mensuales. Dichos paquetes son los siguientes: plan básico, plan estándar y plan Premium (Rojo, 2016).

El plan básico no dispone de servicio en HD y solo se aplica en un dispositivo al mismo tiempo, cuesta S/. 24. 90. El plan estándar ofrece contenido en HD y se puede aplicar en dos dispositivos al mismo tiempo, su precio es S/. 34.90. El plan Premium oferta televisión en Ultra HD y la posibilidad de transmitirse en 4 dispositivos al mismo tiempo, su precio es de S/. 44.90. Cabe señalar que Netflix proporciona una versión de prueba gratuita de un mes, sin compromiso de permanencia (Netflix, 2021).

Perdurabilidad de la industria del cine y la televisión

Lumière, H, fue considerado el nacimiento de la película en 1895. D. Gauer, Stanley Just, publicó un libro en Londres llamado "Camera as a Historian". Se enfatizó la importancia de las imágenes como testigos reales captados por las cámaras, la presencia de los ojos detrás de ellas y, en última instancia, el cerebro que controla algunas imágenes para establecer una historia. También un largometraje, fue destacada desde épocas tempranas, cuando el cine y la historia eran muy desiguales (Lost, 2017).

Cuando YouTube apareció por primera vez en 2005, la televisión y las películas ya no estaban en el centro de atención de los espectadores ávidos de entretenimiento. La competencia se intensifica con la llegada de plataformas de transmisión multimedia accesibles desde computadoras portátiles como Netflix, Amazon Prime y HBO Go. La televisión y su programación se están convirtiendo en accesorios en algunos hogares. Los hábitos de consumo son cada vez más personalizados (Velázquez, 2018).

Netflix cuenta con un equipo especializado en contenido, el cual mediante *data economics* es capaz de analizar que es popular en cada país donde tienen presencia y que contenido tiene impacto global. De esta forma la data procesada es un buen indicador de qué cosas los usuarios querrán ver en el

futuro, para así intentar producir un nuevo contenido acorde a esos deseos (Pérez de Rosso, 2019).

Jaume Ripoll, cofundador de Filmin y exalumno del Instituto Superior de Cine Audiovisual de Cataluña, confirmó que el período de COVID 19 ha aumentado el número de visualizaciones y suscriptores a la plataforma. Por lo tanto, esta plataforma y otras de este tipo han brindado mejores servicios y más contenido. Las empresas de cine están sobreviviendo, su actividad se basa en la reproducción de películas (Abbas, 2019).

A lo largo de los años, la serie ha crecido y ha ganado popularidad en las plataformas de transmisión. Netflix, HBO y Filmin se han convertido en marcas populares entre los cinéfilos. Debido a las limitaciones de la epidemia covid19, el uso de estas plataformas ha crecido exponencialmente y se ha extendido a nuevos usuarios. ¿Es este el final de una película tradicional? Según el Instituto Superior de Investigación Ine Sonoro de Cataluña, es necesario entender cómo afectará la pandemia de Covid-19 a la industria y al consumo del audio en el futuro (Vives, 2020).

III. METODOLOGÍA:

El término metodología describe cómo abordamos los problemas y encontramos respuestas sobre cómo investigar. Nuestros supuestos teóricos y perspectivas, nuestros puntos de vista y nuestros objetivos nos guían en la elección de uno u otro (Quecedo y Castaño, s.f.).

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de Investigación: La presente investigación es de tipo básica descriptiva de enfoque cualitativo, porque busco conocer y entender mejor el Impacto que genera

el modelo Netflix en la perdurabilidad sobre la industria del cine y la televisión. La investigación básica se escoge de acuerdo con los objetivos trazados, de los recursos con los que se cuenta y la problemática que se desea abordar (Guerrero, 2016).

Diseño de Investigación: Es de diseño fenomenológico porque estudia a sus raíces etimológicas, se puede expresar que la fenomenología es el estudio de los fenómenos (Zahavi,2019).

3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Para Galeano (2020) Categorizar es clasificar, conceptualizar o codificar con un término o una expresión breve o significativa, clara e inequívoca. Las categorías para la presente investigación serán: Estructura de funcionamiento de la plataforma de Netflix, impacto del modelo Netflix y perdurabilidad de la industria del cine y TV.

Según Strauss y Corbin (2002) las subcategorías son jerarquías específicas de categorías que proporcionan información cómo, cuándo, dónde, por qué y cómo puede ocurrir un fenómeno. Las subcategorías son la historia, características, estrategias, modelos de negocio de la plataforma de streaming Netflix por otro lado está la subcategoría de la industria cinematográfica como las historia y los factores de su perdurabilidad (ver anexo 01).

3.3 Escenario de estudio

De acuerdo con Blasco y Pérez (2015) precisan que la investigación cualitativa examina la situación en su contexto natural, examina cómo ocurre, capta e interpreta los fenómenos según los stakeholders.

Debido al COVID – 19, el escenario de estudio fue no físico, sino virtual. La forma de organización en grupos y subgrupos recaerá en patrones de vinculación que se llevará a cabo por los programas digitales de Zoom, el propósito consistirá en la recogida de datos de las necesidades, comportamiento y preferencias del consumidor de productos audiovisuales, la dirección de la comunicación se

realizará por un moderador. Las características de los grupos y subgrupos corresponden a: edad, género, nivel socioeconómico y ocupación.

3.4 Participantes

Cómo piensa Gómez (2016) enfatiza que la investigación cualitativa no es muestreo aleatorio ni representación estadística. El propósito del análisis de hechos y escenarios es averiguar qué tienen que decir los agentes sociales. Esto no significa que las fuentes se seleccionarán al azar o que se seleccionará la primera información encontrada. Porque estas fuentes representan los hechos estudiados.

Los participantes fueron un grupo de consumidores de productos y servicios audiovisuales de Netflix y cuatro especialistas de relacionados al sector cinematográfico y televisivo.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas: se utilizó la entrevista semi estructurada a través de plataformas digitales como Zoom debido a que es más flexible y es la más adecuada para la investigación cualitativa (Troncoso y Amaya ,2017).

focus Groups esta técnica es particularmente útil para examinar los conocimientos y experiencias de las personas en un ambiente de interacción, que permite inspeccionar lo que la persona piensa, cómo piensa y por qué piensa de esa manera (Ruiz ,2018). Un grupo de participantes discutirá acerca de sus reacciones frente a los productos y servicios que ofrecen la plataforma Netflix, la industria de cine y televisión, para conocer sus necesidades y preferencias, en cuanto a diversos factores como: precio, calidad del servicio, paquetes de servicio, comodidad, suscripción, principalmente. Dicha técnica nos brindará información valiosa del potencial de cada industria de productos audiovisuales, lo que recaerá,

finalmente, en la evaluación de la perdurabilidad de las plataformas de modelo Netflix sobre la industria del cine y la televisión.

Instrumento: para la entrevista se utilizó una guía la cual tendrá 19 preguntas relacionadas a la categoría del impacto que genera el modelo Netflix a cuatro expertos de la industria audiovisual, para el focus Groups una guía donde el moderador tenga una estructura y de la misma manera se plantearon preguntas relacionadas a las características y estrategias de la plataforma de streaming Netflix la cual será aplicada a jóvenes de 18 a 25 años.

3.6 Procedimiento

El modo de recolección de datos se realizó mediante las técnicas entrevista y focus Groups

Se aplicó el tipo de entrevista estructurada, cuyo instrumento fue un cuestionario aplicado a cuatro especialistas de la industria audiovisual y/ o relacionados al sector de plataformas de modelo Netflix, sector cinematográfico y televisivo, por lo cual, se fijó una cita para establecer el desarrollo de esta técnica, basada en un orden y tiempo necesarios para la resolución de preguntas abiertas y las que surjan en la videoconferencia correspondiente, por medio de Zoom.

El focus Groups se realizó para determinar las estrategias y características de la plataforma de streaming Netflix la cual se realizó una guía de preguntas relacionadas a nuestros indicadores la cual se aplicará a jóvenes de 18 a 25 años mediante herramientas digitales como el zoom con una duración de 1 hora.

3.7 Rigor científico

Según un nuevo estudio de Álvarez y Jungerson (2003) opinan sobre la validez de la investigación cualitativa de la siguiente manera que es preferible y más descriptivo hablar de la necesidad de autenticidad que de validez. Esto significa que las personas realmente pueden expresar sus sentimientos. Es importante destacar que la opinión expresada converge en el "ángulo" de que el valor de la investigación cualitativa es científicamente relevante para el trabajo, basado en

interpretaciones y metodologías plenamente epistemológicas. Desarrollar un proceso que encarne, empodere y pruebe una casa implementada científicamente rigurosamente.

Respecto a la validez, se verificará a través de la técnica de análisis e interpretación de datos y así, evaluar el impacto de la plataforma Netflix sobre la perdurabilidad de la industria del cine y la televisión.

Respecto a la fiabilidad o consistencia, la investigación recurrirá a la técnica de la entrevista. Para ello, se contará como participantes a cuatro especialistas de la carrera de Ciencias de la Comunicación y/ o relacionados al sector de plataformas de modelo Netflix, sector cinematográfico y televisivo. De esta forma, se garantizará que los resultados sean fiables y se tendrá en cuenta trabajos previos alineados al tema de investigación.

Respecto a la credibilidad, se constató por la participación de especialistas de la carrera de Ciencias de la Comunicación y/ o relacionados al sector de las plataformas de modelo Netflix, sector cinematográfico y televisivo, por lo que, la contrastación de resultados será grandemente significativa.

3.8 Método de análisis de datos

De acuerdo con el enfoque de interés y diseño de la investigación, los datos conseguidos a través de la técnica de entrevista y grupo focal son procesados según unidades de significado, las cuales se agrupan según categorías, de acuerdo con los requerimientos de nuestras metas, con el final de obtener la información necesaria. Teniendo como prioridad analizar el impacto y las estrategias que genera el modelo utilizado por la plataforma de streaming Netflix y saber cómo se ha mantenido vigente el cine y la tv durante una era de tecnología.

3.9 Aspectos éticos

El proceso investigativo se sustentará en principios de confidencialidad y originalidad de la información. Los datos recogidos por medio de la técnica de entrevista y grupo focal se procesarán de forma confidencial. Los datos interpretados se consignarán como información original, en vista que el equipo de investigación dispondrá de su capacidad, habilidad, criterio y actitud para analizar y sintetizar dicha información, de forma deductiva e inductiva y se respetarán a las fuentes de trabajo, en correspondencia al formato de citación y referenciación de la séptima edición de Normas APA.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los participantes concuerdan que se inició por un sitio web de alquiler y venta de DVD'S, mientras que Gustavo de la torre especialista en comunicación audiovisual desconoce el inicio pero indica que es una buena alternativa de entretenimiento y destaca que se ha adecuado al cambio de la digitalización, esto se atribuye a que Netflix es un servicio en línea bajo demanda que permite a los suscriptores acceder a un extenso catálogo de innumerables películas, series y documentales por una tarifa mensual fija, sin necesidad de publicidad. El cliente se conecta al servidor de la empresa por teléfono, tableta, computadora (Neira ,2015). Netflix incorporó el servicio de suscripción y en solo 5 años logró ser una empresa estable, con más de 4 millones de suscriptores.

La evolución a nivel estadístico del consumo subió casi a un 70% a nivel mundial, es claro ejemplo del avance en las tendencias y extraordinaria acogida que tiene con el público, sin embargo, Gustavo de la torre manifiesta, más que una evolución es un aumento de contenido y que sea exclusivo, dado que hace unos años, las plataformas streaming llegaron a nuestras vidas en un instante. Desde entonces, ha aparecido la capacidad de ver en cualquier momento y en cualquier lugar y se ha introducido ampliamente en las pantallas de televisión como un medio tradicional favorecido por los consumidores (Martín, 2016). Hugo Coya director general Del Barrio Producciones comentó que la pandemia afectó a muchos productores y que las plataformas de streaming sacaron provecho en esta difícil situación debido a que Netflix ahora tiene más de 200 millones de miembros de pago, más del 30%

desde 2019. Aproximadamente 37 millones de personas se suscribieron el año pasado, incluidos 8,5 millones solo en los últimos tres meses (Sherman ,2021).

El futuro es incierto, sin embargo, los participantes concluyen que la mayoría de las corporaciones planean tener su propia plataforma, de esa manera competirá con Netflix y podría acabar con la racha de crecimiento. Diaz (2018) Netflix es la plataforma más utilizada entre los jóvenes. Sin embargo, hay un gran grupo que no se ha suscrito a ninguna plataforma digital, por lo que, es probable que Netflix y otras marcas competidoras como Fox +, HBO, Disney plus, etc. se expanden y si fuera poco la plataforma registró en el cuarto trimestre de 2019 el peor flujo de caja de su historia, con unos números rojos de 1.669 millones de dólares (6,676 millones de soles al tipo de cambio actual). En el conjunto del año, registró una caja negativa en 3.274 millones de dólares (13.096 millones de soles al cambio actual). Pese a los datos positivos a nivel contable de ganancias.

Los participantes del focus precisaron que el funcionamiento de Netflix es rápido y didáctico al iniciar y ver su películas o series esto se debe a que la actividad de Netflix es el streaming, esto significa que el archivo no se acumula en la computadora del usuario, sino que recibe uno o más flujos de datos, solo se guardan en unidades de almacenamiento temporal, llamadas buffers y se vuelven a emitir al mismo tiempo (Neira, 2015).

Tiene un precio cómodo para el servicio que ofrece, debido a que la compañía tiene tres paquetes diferentes tanto en precio como en calidad, basados en suscripciones mensuales. Dichos paquetes son los siguientes: plan básico (S/ 24. 90), plan estándar (S/ 34.90) y plan Premium de S/ 44.90 cabe señalar que proporciona una versión de prueba gratuita de un mes, sin compromiso de permanencia (Rojo, 2016). Por otro lado, nos comentan que cada perfil puede ser personalizado, les permite generar contraseñas por cada perfil y se puedan conectar desde cualquier dispositivo que disponga de internet.

Netflix siempre está actualizándose tratando de innovar, por ejemplo ahora añadió una pestaña llamada para reír (pequeños fragmentos de películas y series divertidas) , Netflix se estableció por primera vez como distribuidor de contenido de terceros y, desde 2013, produce contenido propio, lo cual ha revolucionado el cine

y la televisión (Alvarez y López, 2015). No todo es positivo debido a que Adrián finaliza que su contenido es repetitivo y que pueden mejorar con el tiempo de darle continuidad a las series para no perder la ilación y claro ejemplo es la serie You que para la tercera entrega se demoraron dos años.

Pérez (2019) Se expuso el impacto del sistema de consumo de contenido online de Netflix sobre la transmisión clásica de proyección de películas, tal como, el cine. Se verificó la existencia de migración digital de usuarios, debido al uso de exhibiciones en línea se redujo el consumo de películas en una sala de cine y se indicó claramente que la preferencia de estos consumidores es Netflix, porque es considerado como el servicio de mayor satisfacción.

El único modelo que reconocen los participantes es el de suscripción, creen que es un modelo adecuado al servicio pero que a la vez requiere mucha inversión, debido a sus iniciativas de producir contenido propio o la compra de los derechos de autor de producciones ajenas. Netflix adopta un modelo disruptivo que se basó en un negocio en red; es decir, por medio de Internet, su anterior modelo consistía en la distribución de películas de forma física. La distribución por Internet permite que sus costes se reduzcan drásticamente, lo que posibilita la adquisición de sus productos a bajo costo (Rojo, 2016).

Hugo Coya comenta que a largo plazo esto le traería dificultades debido al gran endeudamiento que tiene, la empresa ha considerado esto como una condición necesaria para el crecimiento continuo, y su estrategia se basa en gastar dinero para seguir obteniendo beneficios a largo plazo. Los próximos años serán decisivos para aclarar dudas sobre la viabilidad del negocio, pero para la plataforma también es fundamental diferenciarse de la competencia, que en los últimos años también ha logrado un crecimiento sin precedentes.

La industria del cine y la Tv empezaron hace años, los participantes comentan que al cine al principio lo veían como cierto desdén y pues solo había una pantalla gigante en comparación al tiempo actual y nace como una forma de entretenimiento, en caso de la Tv tiene un origen muy diverso. Se posicionaron tan rápido que la prosperidad y el crecimiento de la época dieron origen a industrias en

todo el mundo para producir materiales para estos medios. Cuando YouTube apareció por primera vez en 2005, la televisión y las películas ya no estaban en el centro de atención de los espectadores ávidos de entretenimiento. La competencia se intensifica con la llegada de plataformas de transmisión multimedia accesibles desde computadoras portátiles como Netflix, Amazon Prime y HBO. La televisión y su programación se están convirtiendo en accesorios en algunos hogares. Los hábitos de consumo son cada vez más personalizados (Velázquez, 2018).

La televisión se adoptó al internet creando su propia plataforma digital creo que fue su manera de actualizarse sin embargo Hugo Coya, comenta que siempre se ajustó, no es la primera vez que se presenta una amenaza, Gustavo de la torres, indica que no tendría que cambiar nada ,debido a que no todos tiene internet por otro lado no son competencia, sin embargo Hugo Valdez especialista en producción audiovisual opina todo lo contrario " la TV tiene un programación muy conservadora , deben tener una programación variada" , en el cine se coincide que ya no se producen series ni películas como antes ahora el consumo es más privado e íntimo. Los participantes del focus group no creen que la tv esté en riesgo "está normalizada es un acto cotidiano por lo menos en Perú la señal abierta no estaría en riesgo" comentó Adrián.

Durante el 2020 y en lo que resta del 2021, la industria del cine resulto afectada por la pandemia, cerraron los cines y las taquillas mundiales cayeron perdiendo miles de millones de dólares, sin embargo las plataformas de streaming se hicieron más populares; la batalla entre los modelos de negocio de estas plataformas y el cine tradicional se hizo aún más evidente, grandes producciones que se tenían planeadas para la pantalla grande vieron su estreno en estas plataformas de streaming, únicamente algunas llegaron a los cines y otras fueron una mezcla de ambas. Ripoll, cofundador de Filmin y exalumno del Instituto Superior de Cine Audiovisual de Cataluña, confirmó que el período de COVID 19 ha aumentado el número de visualizaciones y suscriptores a la plataforma. Por lo tanto, esta plataforma y otras de este tipo han brindado mejores servicios y más contenido. Las empresas de cine están sobreviviendo, su actividad se basa en la reproducción de películas (Abbas, 2019). para recuperarse tendrían que concientizar a los ciudadanos que el cine es seguro y lanzar ofertas y crear nuevas experiencias.

Las plataformas no son una amenaza para estas industrias todo lo contrario son herramientas, sin embargo, Manuel Chiroque especialista en audiovisual y corporativa indica que es una amenaza desde hace tiempo debido a que la plataforma es didáctica se puede ver cualquier tipo de contenido y en distintos dispositivos a la hora que ellos desean caso contrario al cine y tv, ahora todo depende en que innoven en su contenido y de cómo se posicione en un futuro.

La televisión más que actualizarse debe regularse, eso ya depende del presupuesto que dispongan, por otro lado, el formato estrella son las telenovelas y que deberían buscar nuevas formas de distribución. puesto que Netflix cuenta con un equipo especializado en contenido, el cual mediante data economics es capaz de analizar que es popular en cada país donde tienen presencia y que contenido tiene impacto global. De esta forma la data procesada es un buen indicador de qué cosas los usuarios querrán ver en el futuro, para así intentar producir un nuevo contenido acorde a esos deseos (Pérez de Rosso, 2019).

V. CONCLUSIÓN

La evolución de Netflix se puede apreciar en tres etapas que marca su historia, la primera cuando 1998 lanzan Netflix.com como el primer sitio web de alquiler y venta de DVD y en 1999 se incorpora el servicio de suscripción que permitía alquilar DVD'S ilimitados a una tarifa mensual muy económica, sin embargo, el 2007 Netflix presenta el de streaming (Tecnología que permite ver y oír contenidos que se transmiten desde internet u otra red), la segunda se da cuando unos de sus proveedores se retira provocando caídas en las visitas de la página, sin embargo no los detuvo y decidieron lanzar House off Cards su primera serie original creando un antecedente, lo que los llevó a realizar contenido propio teniendo como resultado ganar su primer Oscar con su documental Ícaro. La tercera etapa se da en marzo del 2020 debido al COVID-19, tuvo un crecimiento de 16 M de suscriptores, siendo este el mayor aumento en un trimestre desde sus 13 años de historia.

Netflix en la actualidad combina dos modelos de negocio: Suscripción el cual consiste en pagar mensualmente según el paquete escogido, que son los

siguientes: plan básico (S/ 24. 90), plan estándar (S/ 34.90) y plan Premium de S/ 44.90, el segundo es Long Tail o larga cola (vender poco de muchos productos), es una curva estadística que muestra la ventaja que tienen los vendedores digitales, nace de los bienes de nicho (separar los contenidos por pequeñas partes para consumirlos solo o mezclados) que llenan una barra más baja y larga. Su modelo de negocio siempre ha evolucionado adaptándose a su entorno, uno de sus principales aciertos ha sido el análisis oportuno del mercado y las necesidades de su cliente gracias a su algoritmo de recomendación. Su estrategia se basa en invertir dinero para seguir obteniendo beneficios a largo plazo lo que le genera una gran inversión por consecuencia también adquirió una deuda 4.800 millones de dólares. lo cual Netflix refuta que es necesario para el crecimiento de la plataforma.

La industria del cine ha quedado en un segundo plano después del COVID-19 y también por las plataformas de streaming, la gran pantalla tal como se conocen podría cambiar por varios factores, primero porque es más caro e incluso por comodidad, teniendo la opción de mirar una película en su domicilio y no en un cinema, porque no puedes hacer ruido, retroceder tus partes favoritas ni reírte o pausar. Si bien es cierto esta industria ya abrió sus puertas con las medidas establecidas por el estado, esto genera que reduzcan su aforo y suban el costo de las entradas. La Televisión en el tiempo de pandemia jugo un rol muy significativo pues fue el medio principal de información para los ciudadanos, sin embargo se está adecuando a la digitalización, lo vieron oportuno crear su propia plataforma online, donde sube todos sus contenidos e incluso se puede reproducir la programación en vivo, lo que cambio es la manera de visualizar el contenido, porque no es necesario adquirir una TV en tu hogar para poder disfrutar de tus programas favoritos, solo necesitas un dispositivo que cuente con internet.

VI. RECOMENDACIONES

A los directores de las escuelas de comunicación, específicamente a la escuela de Ciencias de la comunicación, orientar a los estudiantes a realizar investigaciones relacionadas con las plataformas de streaming debido a la innovación, visión y crecimiento de estos últimos años. Por último, se deben incentivar las investigaciones cualitativas, debido a que permiten al estudiante mejorar su capacidad de análisis e interpretación, así como la redacción.

En esta investigación, las plataformas de streaming como Netflix se viene convirtiendo en la herramienta favorita de entretenimiento para la sociedad, por ello se recomienda a los productores de la industria cinematográfica del Perú, que sus producciones cumplan con los estándares requeridos para que puedan acceder a un nicho de mercado más amplio.

A la comunidad universitaria, interesados en las plataformas de streaming utilizar esta tesis como guía o referencia, recomendamos contrastar la información que ellos recolecten con la nuestra y a su vez en la parte metodológica consideren otros instrumentos y puedan desarrollar una comparación y obtener mejores resultados y discusiones

REFERENCIAS

- Abbas, S. (2019). *Jaume Ripoll director de Filmin: «Una de nuestras obligaciones como compañía es dar visibilidad»*. Madrid, España. Más de Cultura. Obtenido de <https://masdecultura.com/audiovisual/jaume-ripoll-director-de-filmin-una-de-nuestras-obligaciones-como-compania-es-dar-visibilidad/>
- Álvarez, J y Jungerson, G. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa / how to do qualitative investigation: Fundamentos y metodología / basis and methodology (educador / educator) (spanish edition) (1.a ed., Vol. 1)*. Paidós. <http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/como-hacer-investigacion-cualitativa.pdf>
- Anderson, C. (2006). *La larga cola*. San Francisco, Estados Unidos. Hyperion. Obtenido de https://www.cpii.org.ar/Descargas/Informaci%C3%B3n%20T%C3%A9cnica%20de%20Inter%20A9s/la_larga_cola-chris_anderson.pdf
- Barros, O. (2003). *Modelos de negocio*. Santiago de Chile. Universidad de Chile. Obtenido de <http://www.dii.uchile.cl/~ceges/publicaciones/ceges29.pdf>
- Bejerano, P. (2020). *Cinco años de Netflix: El impacto en la producción audiovisual española*. El país. <https://elpais.com/retina/2020/10/16/innovacion/1602843710314589.html>
- Bueno, R. A. (2018). *La técnica de «Focus Group»: Elementos teórico-prácticos*. Diposit Digital. <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/123386>
- Egg, A. (2011). *Aprender a investigar nociones básicas para la*

- investigación social* (N: 1). Editorial Brujas. [Aprender a investigar: nociones básicas para la investigación social](#)
- Espinoza, F y Enrique. E. (2018). *El problema de investigación. Conrado*, 14(64), 22-32. Epub 08 de junio de 2019. Recuperado en 06 de julio de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000400022&lng=es&tlng=es.
- Fernández Bedoya, V. H. (2020). *Tipos de justificación en la investigación científica*. Espí-ritu Emprendedor TES, 4(3), 65–76. <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- Fernández, J. «Media platforms and levels of analysis» *Revista de la School of Communication: surroundings of communication*, n ° 11 (2016): 75-96. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6698275.pdf>
- Fidias, G. (Ed.) (1997–2012). *El proyecto de investigación introducción a la metodología científica* (6.a ed., Vols. 2006-2012). Episteme. Recuperado de [file:///C:/Users/Karina/Documents/Disk_1/Fidias G. Arias.El Proyecto De Investigación 6ta.Edicion.pdf](file:///C:/Users/Karina/Documents/Disk_1/Fidias%20G.%20Arias.El%20Proyecto%20De%20Investigaci%C3%B3n%206ta.Edici%C3%B3n.pdf)
- Giner, A. (2018). *El modelo de la innovación disruptiva: Estudio de caso de Netflix*. Valencia, España. Universitat Politècnica de València. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/110652/Giner%20-%20El%20modelo%20de%20la%20innovaci%C3%B3n%20disruptiva:%20Estudio%20de%20caso%20de%20Netflix.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
- Guerrero Bejarano, M. A. (2016). *La Investigación Cualitativa*. INNOVA Research Journal, 1(2), 1-9. <https://doi.org/10.33890/innova.v1.n2.2016.7>
- Hernández, S. Fernández C. y Baptista L. (2016). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw.
- Izquierdo, J. (2015). *The new media business concept led by Netflix*:

- A study of the model and its projection into the Spanish market.*
El Profesional de la Información. 24. 819.
10.3145/epi.2015.nov.14.
- Jenner, M. (2016). *New Media & Society*, febrero, Vol. 18, Issue 2, 257-273. Kim, J.; Kim, S. y Nam, C. (2016). Competitive dynamics in the Korean video platform market: Traditional pay TV platforms vs. OTT platforms. *Telematics & Informatics*, 33(2), 711-721
- Kaplan, S. (2012). *The Business Model Innovation Factory: How to Stay Relevant When the World is Changing*. John Wiley & Sons.
- López, D. (2018). *Estudios de plataformas de streaming*. Sevilla, España. Universidad de Sevilla. Obtenido de [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/87550/Estudio de las plataformas de streaming.pdf?sequence=1&id Allowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/87550/Estudio_de_las_plataformas_de_streaming.pdf?sequence=1&id Allowed=y)
- Manrique, g., Palomares, f. y Villasante, j. (2018). *Estudio de consumo cinematográfico en estudiantes universitarios de Lima metropolitana. Lima, Perú*. Pontificia universidad católica del Perú. Obtenido de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12493/manrique palomares villasante estudio de consumo cinematografico en estudiantes universitarios de lima.pdf?sequence=1&isallowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12493/manrique_palomares_villasante_estudio_de_consumo_cinematografico_en_estudiantes_universitarios_de_lima.pdf?sequence=1&isallowed=y)
- Manríquez et al. (2018). *Estudio de consumo cinematográfico en estudiantes universitarios de Lima metropolitana. Pontificia Universidad Católica del Perú*. [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12493/MANRIQUE_PALOMARES_VILLASANTE_ESTUDIO DE CONSUMO CINEMATOGRAFICO EN ESTUDIANTES UNIVERSARIOS DE LIMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12493/MANRIQUE_PALOMARES_VILLASANTE_ESTUDIO_DE_CONSUMO_CINEMATOGRAFICO_EN_ESTUDIANTES_UNIVERSARIOS_DE_LIMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Martín, A. (2016, 19 de abril). *Netflix supera los 80 millones de usuarios gracias al crecimiento internacional*. El Mundo. Recuperado de <http://bit.ly/1U3iSLM>.
- McDonald, K. y Smith-Rowsey, D. (2016). *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*. Nueva York, Estados Unidos.
- Neira, E., Clares-Gavilán, J., & Sánchez-Navarro, J. (2021). New audience dimensions in streaming platforms: The second life of Money heist on Netflix as a case study. *Profesional de la Información*, 30(1), Article 1. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.13>
- Núñez, R. (2016). *El rigor científico en la investigación cualitativa*. Bogotá, Colombia. Gestiopolis. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/rigor-cientifico-la-investigacion-cualitativa/>
- Pérez, s. (2019). *Análisis sobre los impactos del servicio Netflix, frente a las preferencias de consumo del público entre 18 y 28 años de la sala de exhibición Cinépolis limonar de la ciudad Santiago de Cali, Colombia*. Santiago de Cali, Colombia. Universidad autónoma de occidente. Obtenido de <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/11099/t08780.pdf;jsessionid=a5419a706df66f922aa546f91d778541?sequence=8>
- Rojo, J. (2017). *Netflix: la combinación de dos modelos*. Santander, España. Universidad de Cantabria. Obtenido de <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/11102/rojonoriegajorge.pdf?sequence=1>
- Romero, C. (2005). *La categorización es un aspecto crucial en la investigación cualitativa*. San Juan de pasto, Colombia. Revista de investigaciones cesmag. Obtenido de http://proyectos.javerianacali.edu.co/cursos_virtuales/posgrad

[o/maestria_asesoria_familiar/investigacion%20i/material/37_romo_categoria%20de_investigacion%20cualitativa.pdf](http://maestria_asesoria_familiar/investigacion%20i/material/37_romo_categoria%20de_investigacion%20cualitativa.pdf)

Rufete, E. (2016). *Análisis del uso de estrategias de crecimiento en Netflix*. Elche, España. Universidad Miguel Hernández. Obtenido de <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/3756/1/rufete%20vicente%20emma%20leticia.pdf>

Ruiz, M. (2011). *Políticas Públicas en Salud y su Impacto en el Seguro Popular en Culiacán, Sinaloa, México*. Culiacán, México. Universidad Autónoma de Sinaloa. Obtenido de https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html

Sampieri, R. Collado, C. y Lucio, B. (2010). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México, México.

Sherman, N. (2021). ¿Continuará en 2021 el éxito que Netflix tuvo durante la pandemia? *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55728597>

Troncoso-Pantoja, C. y Amaya Plasencia, A. (2017). *Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud*. Concepción, Chile. Revista de la Facultad de Medicina. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v65n2/0120-0011-rfmun-65-02-329.pdf>

Universidad de Jaén. (s.f.). *Metodología cualitativa*. Obtenido de http://www.ujaen.es/investigaticas_tfg/enfo_cuali.html

Valdez, J. (2005). *Imaginario y mentalidades del conflicto armado interno en el Perú, 1980-2000. Una aproximación historiográfica al cine peruano sobre violencia política*. Lima, Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/859/VALDEZ_MORGAN_JORGE_%20IMAGINARIOS_MENTALIDADES.pdf?sequence=1&id%20Allowed=y

- Velásquez, S. (2018). *Netflix y las plataformas de streaming: la revolución del consumo de series y películas*. Lima, Perú. somos periodismo. Obtenido de <http://somosperiodismo.com/netflix-las-plataformas-streaming-la-revolucion-del-consumo-series-peliculas/>
- Villanueva, R. (2017). *¿En qué se diferencian los millennials del Perú?* Lima, Perú. DATUM Internacional. Obtenido de https://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/Millennials.pdf
- Vives, J. (2020). *Así ha cambiado el consumo de audiovisual durante la pandemia*. Barcelona, España. La Vanguardia. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/ciencia/20210623/7549982/como-afectara-variante-delta-coronavirus-vacaciones.html>
- Zahavi, D. (2019) "Getting it quite wrong: van Manen and Smith on phenomenology." *Qualitative Health Research*, 1–8. <https://doi.org/10.1177/1049732318817547>
- Zorrilla, S. y Torres, M. (1997). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México, México

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de Categorización

El impacto que genera el modelo Netflix en la perdurabilidad sobre la industria del cine y la televisión										
Ámbito temático	Problema general	Objetivo general	Problemas específicos	Objetivos específicos	Categorías	subcategorías	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento
<p>Este trabajo de investigación se basa en el estudio del impacto del modelo Netflix sobre la perdurabilidad de la industria del cine y la televisión. El tipo de investigación es básica, cuyo diseño de investigación es fenomenológico. Las técnicas que se aplicarán son: observación, entrevista y grupo focal. La observación se realizará sobre el consumo y uso de productos y servicios audiovisuales de plataforma Netflix, la industria de cine y televisión por un público (grupo) de</p>	¿Qué impacto generó el modelo Netflix en la industria del cine y la televisión?	Determinar el impacto que ha generado el modelo Netflix en la industria del cine y la televisión.	¿Cómo evoluciono la plataforma de streaming Netflix?	Investigar la evolución de la plataforma de streaming Netflix	Impacto que genera el modelo Netflix	Historia	Inicio	¿Conoce usted el inicio de la plataforma de streaming Netflix? ¿Qué opina usted sobre este inicio?	Entrevista Focus group	Guía de entrevista Guía de focus group
							Actualidad	¿Qué opina de la evolución que tuvo la plataforma de streaming Netflix? ¿Cómo fue el comportamiento del usuario con la plataforma de streaming Netflix frente al COVID-19?		
							Futuro	¿Cómo cree que será la plataforma de streaming Netflix en unos años? ¿Considera que en un futuro la plataforma de streaming Netflix será una de las mejores?		
						Características	Rápida	¿qué opina del funcionamiento de la plataforma Netflix?		
							Accesible	¿Qué te parece la manera de iniciar sesión en la plataforma Netflix?		
							Bajo costo	¿Qué te parecen las tarifas que tiene la plataforma Netflix?		
						Amplio catálogo de contenidos	¿Qué opinas del catálogo que maneja la plataforma Netflix? ¿Qué tipos de contenidos maneja esta plataforma?			

<p>diferente edad, género, condición económica y ocupación (subgrupos). La entrevista se aplicará a especialistas de la carrera de Ciencias de la Comunicación y/ o relacionados al sector de la plataforma Netflix, cadenas cinematográficas y televisivas.</p>					Estrategias	Innovación continua	<p>¿Crees que esta plataforma de streaming está en constante innovación sobre sus catálogos de contenidos?</p> <p>¿Con qué frecuencia revisas la plataforma Netflix?</p>		
						Contenido personalizado.	<p>¿Crees que una de sus características de la plataforma Netflix es su contenido personalizado?</p> <p>¿Alguna vez Netflix sugirió contenido de tu preferencia o te realizó sugerencias?</p>		
					Modelos de negocio	Larga cola o Long tail	<p>¿Cuáles son los modelos de negocio que utiliza la plataforma Netflix? ¿por qué?</p>		
		¿Qué modelos de negocio utiliza Netflix?	Analizar los modelos de negocio de plataforma Netflix			Suscripción	<p>¿Qué opina del modelo de suscripción?</p> <p>¿Crees que es un modelo actualizado y estratégico para su público objetivo? ¿por qué?</p>		
						Inicio	<p>¿recuerdas cómo empezaron estas industrias?</p>		
						Actualidad	<p>¿Cuáles son las nuevas estrategias que manejan estas industrias para estar en vigencia pese a la era del internet?</p>		
				Establecer la perdurabilidad en					

			¿Cómo se ha mantenido vigente la industria del cine y la tv?	la industria del cine y la tv	Perdurabilidad en la industria del cine y la tv	Historia	Futuro	<p>¿Que tendría que cambiar el cine y la TV frente al fenómeno Netflix para seguir en vigencia?</p> <p>¿De qué manera se tendría que reinventar el cine frente al COVID – 19?</p>		
						Factores	Plataforma multimedia	<p>¿Cree usted que las plataformas multimedia son una amenaza para la industria del cine y la TV? ¿por qué?</p> <p>¿De qué depende que se mantenga en auge estas industrias?</p>		
							Contenido de poco interés	<p>¿Cree usted que los contenidos se fueron desactualizando según el pasar del tiempo en la Tv?</p> <p>¿En la industria del cine puede que exista variedad de contenido?</p>		
							Tiempo	<p>¿Por qué cree que la industria de la Tv está o estaría en riesgo?</p> <p>¿Cuáles deberían ser las nuevas estrategias de la industria del cine frente al COVID-19?</p>		

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

GUIA DE ENTREVISTA

Título: El impacto que genera el modelo Netflix en la perdurabilidad sobre la industria del cine y la televisión.		
Objetivo General: Determinar el impacto que ha generado el modelo Netflix sobre la industria del cine y la televisión.		
DATOS DEL ENTREVISTADO		
Nombre del entrevistado:	Sexo:	Edad:
Profesión:		
Objetivo Específico 1:	Investigar la evolución de las plataformas de streaming	
Subcategoría 1:	Historia	
Indicador 1	Inicio	
Preguntas:	¿Conoce los inicios de la plataforma de streaming Netflix?	
	¿Qué opina usted sobre este inicio	
Indicador 2:	Actualidad	
Preguntas:	¿Qué opina de la evolución de la plataforma de streaming Netflix?	
	¿Cómo fue el comportamiento del usuario con la plataforma de streaming Netflix frente al COVID-19?	
Indicador 3:	Futuro	
Preguntas:	¿Qué cambios podría tener en 5 años la plataforma de streaming Netflix?	
	¿considera que en un futuro la plataforma de streaming Netflix será una de las mejores?	
Objetivo específico 2: Analizar el modelo de negocio de plataforma Netflix		
Subcategoría 1:	Modelos de negocio	
Indicador 1	Larga cola	
Preguntas:	¿Cuáles son los modelos de negocio que utiliza la plataforma Netflix? ¿por qué?	
Indicador 2	Suscripción	
Preguntas:	¿Qué opina del modelo de suscripción?	
	¿Crees que es un modelo actualizado y estratégico para su público objetivo? ¿por qué?	
Objetivo específico 3: Establecer la perdurabilidad sobre la industria del cine y la tv		
Subcategoría 1:	Historia	
Indicador 1	Inicio	

Pregunta:	¿recuerda cómo empezaron estas industrias?	
Indicador 2	Actualidad	
Pregunta:	¿Cuáles son las nuevas estrategias que manejan estas industrias para estar en vigencia pese a la era del internet?	
Indicador 3	Futuro	
Preguntas:	¿Que tendría que cambiar el cine y la TV frente al fenómeno Netflix para seguir en vigencia?	
	¿De qué manera debería reinventarse el cine frente al COVID – 19?	
Subcategoría 2:	Factores	
Indicador 1	Plataformas multimedia	
Preguntas:	¿Cree usted que las plataformas multimedia son una amenaza para la industria del cine y la TV? ¿por qué?	
	¿Para mantener el auge de estas industrias, de que depende?	
Indicador 2	Contenido de poco interés	
Preguntas:	¿Cree usted que los contenidos están desactualizando?	
	¿En la industria del cine puede que exista variedad de contenido?	
Indicador 3	Tiempo	
Preguntas:	¿Por qué cree que la industria de la Tv está o estaría en riesgo?	
	¿Cuáles deberían ser las nuevas estrategias de la industria del cine frente al COVID-19?	

GUÍA DEL FOCUS GROUPS

Presentación

“Buenas tardes, bienvenidos y gracias por participar, como probablemente les habrán informado, vamos a realizar la actividad con relación a un tema que ustedes conocen, tendremos unos diez minutos de descanso debido a que esta actividad tendrá una duración de una hora si tienen preguntas relacionadas con cada una de las actividades que se van a desarrollar, por favor háganlas antes o después de realizada dicha actividad.”

GUIA DE FOCUS GROUP

Título: El impacto que genera el modelo Netflix en la perdurabilidad sobre la industria del cine y la televisión.		
Objetivo General: Determinar el impacto que ha generado el modelo Netflix sobre la industria del cine y la televisión.		
DATOS DEL PARTICIPANTE		
Nombre:	Sexo:	Edad:
Objetivo Específico 1: Investigar la evolución de las plataformas de streaming		
Subcategoría 2:	características	
Indicador 1	Rápida	
Preguntas:	¿qué opina del funcionamiento de la plataforma Netflix?	
Indicador 2	Accesible	
Preguntas:	¿Qué te parece la manera de iniciar sesión en la plataforma Netflix?	
Indicador 3	Bajo costo	
Preguntas:	¿Qué te parecen las tarifas que tiene la plataforma Netflix?	
Subcategoría 3:	Estrategias	
Indicador 1	Amplio catálogo de contenidos	
Preguntas:	¿Qué opinas del catálogo que maneja la plataforma Netflix?	

	¿Qué tipos de contenidos maneja esta plataforma?	
Indicador 2	Innovación continua	
Preguntas:	¿Crees que esta plataforma de streaming está en constante innovación sobre sus catálogos de contenidos?	
	¿Con qué frecuencia revisas la plataforma Netflix?	
Indicador 3	Contenido personalizado	
Preguntas:	¿Crees que una de sus características de la plataforma Netflix es su contenido personalizado?	
	¿Alguna vez Netflix sugirió contenido de tu preferencia o te realizó sugerencias?	

Anexo 03: VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE ENTREVISTA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	IMPACTO DE NETFLIX							
1	¿Conoce los inicios de la plataforma de streaming Netflix?	x		x		x		
2	¿Qué opina usted sobre este inicio	x		x		x		
3	¿Qué opina de la evolución que tuvo la plataforma de streaming Netflix?	x		x		x		
4	¿Cómo fue el comportamiento del usuario con la plataforma de streaming Netflix frente al COVID-19?	x		x		x		
5	¿Cómo cree que será la plataforma de streaming Netflix en unos años?	x		x		x		
6	¿considera que en un futuro la plataforma de streaming Netflix será una de las mejores?	x		x		x		
	MODELOS DE NEGOCIO DE NETFLIX							
7	¿Cuáles son los modelos de negocio que utiliza la plataforma Netflix? ¿por qué?	x		x		x		
8	¿Qué opina del modelo de suscripción?	x		x		x		
9	¿Crees que es un modelo actualizado y estratégico para su público objetivo? ¿por qué?	x		x		x		
	HISTORIA DEL CINE Y TV							
10	¿recuerdas cómo empezaron estas industrias?	x		x		x		
11	¿Cuáles son las nuevas estrategias que manejan estas industrias para estar en vigencia pese a la era del internet?	x		x		x		
12	¿Que tendría que cambiar el cine y la TV frente al fenómeno Netflix para seguir en vigencia?	x		x		x		

13	¿De qué manera se tendría que reinventar el cine frente al COVID – 19?	x		x		x		
FACTORES								
14	¿Cree usted que las plataformas multimedia son una amenaza para la industria del cine y la TV? ¿por qué?	x		x		x		
15	¿De qué depende que se mantenga en auge estas industrias?	x		x		x		
16	¿Cree usted que los contenidos se fueron desactualizando según el pasar del tiempo en la Tv?	x		x		x		
17	¿En la industria del cine puede que exista variedad de contenido?	x		x		x		
18	¿Por qué cree que la industria de la Tv está o estaría en riesgo?	x		x		x		
19	¿Cuáles deberían ser las nuevas estrategias de la industria del cine frente al COVID-19?	x		x		x		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE FOCUS GROUP

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
CARACTERISTICAS DE NETFLIX								
1	¿qué opina del funcionamiento de la plataforma Netflix?	x		x		x		
2	¿Qué te parece la manera de iniciar sesión en la plataforma Netflix?	x		x		x		
3	¿Qué te parecen las tarifas que tiene la plataforma Netflix?	x		x		x		
ESTRATEGIAS DE NETFLIX								
4	¿Qué opinas del catálogo que maneja la plataforma Netflix?	x		x		x		

5	¿Qué tipos de contenidos maneja esta plataforma?	x		x		x		
6	¿Crees que esta plataforma de streaming está en constante innovación sobre sus catálogos de contenidos?	x		x		x		
7	¿Con qué frecuencia revisas la plataforma Netflix?	x		x		x		
8	¿Crees que una de sus características de la plataforma Netflix es su contenido personalizado?	x		x		x		
9	¿Alguna vez Netflix sugirió contenido de tu preferencia o te realizó sugerencias?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si el instrumento sí tiene suficiencia puesto que recolectará lo que los investigadores buscan. Pero el último cuadro vaya de acuerdo con los ítems planteados en el instrumento corregido.

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []**
No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dra. Rosa Patricia Gálvez Carrillo
18141741

DNI:

Especialidad del validador: metodóloga

31 de agosto del 2021



Dra. Rosa Patricia Gálvez Carrillo
Biólogo Microbiólogo
CBP 4267

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE ENTREVISTA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	IMPACTO DE NETFLIX							
1	¿Conoce los inicios de la plataforma de streaming Netflix?	x		x		x		
2	¿Qué opina usted sobre este inicio	x		x		x		
3	¿Qué opina de la evolución que tuvo la plataforma de streaming Netflix?	x		x		x		
4	¿Cómo fue el comportamiento del usuario con la plataforma de streaming Netflix frente al COVID-19?	x		x		x		
5	¿Cómo cree que será la plataforma de streaming Netflix en unos años?	x		x		x		
6	¿considera que en un futuro la plataforma de streaming Netflix será una de las mejores?	x		x		x		
	MODELOS DE NEGOCIO DE NETFLIX							
7	¿Cuáles son los modelos de negocio que utiliza la plataforma Netflix? ¿por qué?	x		x		x		
8	¿Qué opina del modelo de suscripción?	x		x		x		
9	¿Crees que es un modelo actualizado y estratégico para su público objetivo? ¿por qué?	x		x		x		
	HISTORIA DEL CINE Y TV							
10	¿recuerdas cómo empezaron estas industrias?	x		x		x		
11	¿Cuáles son las nuevas estrategias que manejan estas industrias para estar en vigencia pese a la era del internet?	x		x		x		
12	¿Que tendría que cambiar el cine y la TV frente al fenómeno Netflix para seguir en vigencia?	x		x		x		
13	¿De qué manera se tendría que reinventar el cine frente al COVID – 19?	x		x		x		
	FACTORES							
14	¿Cree usted que las plataformas multimedia son una amenaza para la industria del cine y la TV? ¿por qué?	x		x		x		
15	¿De qué depende que se mantenga en auge estas industrias?	x		x		x		
16	¿Cree usted que los contenidos se fueron desactualizando según el pasar del tiempo en la Tv?	x		x		x		
17	¿En la industria del cine puede que exista variedad de contenido?	x		x		x		
18	¿Por qué cree que la industria de la Tv está o estaría en riesgo?	x		x		x		
19	¿Cuáles deberían ser las nuevas estrategias de la industria del cine frente al COVID-19?	x		x		x		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE FOCUS GROUP

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹	Relevancia ²	Claridad ³	Sugerencias
CARACTERÍSTICAS DE NETFLIX					
1	¿qué opina del funcionamiento de la plataforma Netflix?	x	x	x	
2	¿Qué te parece la manera de iniciar sesión en la plataforma Netflix?	x	x	x	
3	¿Qué te parecen las tarifas que tiene la plataforma Netflix?	x	x	x	
ESTRATEGIAS DE NETFLIX					
4	¿Qué opinas del catálogo que maneja la plataforma Netflix?	x	x	x	
5	¿Qué tipos de contenidos maneja esta plataforma?	x	x	x	
6	¿Crees que esta plataforma de streaming está en constante innovación sobre sus catálogos de contenidos?	x	x	x	
7	¿Con qué frecuencia revisas la plataforma Netflix?	x	x	x	
8	¿Crees que una de sus características de la plataforma Netflix es su contenido personalizado?	x	x	x	
9	¿Alguna vez Netflix sugirió contenido de tu preferencia o te realizó sugerencias?	x	x	x	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento sí tiene suficiencia puesto que recolectará lo que los investigadores buscan. Pero el último cuadro debe y tiene que estar de acuerdo y relacionadas a las ítems o premisas planteadas en el focus group.

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []**
No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: LINO CHRISTIAN OJEDA DÍAZ
DNI: 41370113

Especialidad del validador: Comunicador Social

31 de agosto del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



FIRMA DEL EXPERTO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE ENTREVISTA Y FOCUS GROUP

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	IMPACTO DE NETFLIX							
1	¿Conoce los inicios de la plataforma de streaming Netflix?	x		x		x		
2	¿Qué opina usted sobre este inicio	x		x		x		
3	¿Qué opina de la evolución que tuvo la plataforma de streaming Netflix?	x		x		x		
4	¿Cómo fue el comportamiento del usuario con la plataforma de streaming Netflix frente al COVID-19?	x		x		x		
5	¿Cómo cree que será la plataforma de streaming Netflix en unos años?	x		x		x		
6	¿considera que en un futuro la plataforma de streaming Netflix será una de las mejores?	x		x		x		
	MODELOS DE NEGOCIO DE NETFLIX							
7	¿Cuáles son los modelos de negocio que utiliza la plataforma Netflix? ¿por qué?	x		x		x		
8	¿Qué opina del modelo de suscripción?	x		x		x		
9	¿Crees que es un modelo actualizado y estratégico para su público objetivo? ¿por qué?	x		x		x		
	HISTORIA DEL CINE Y TV							
10	¿recuerdas cómo empezaron estas industrias?	x		x		x		
11	¿Cuáles son las nuevas estrategias que manejan estas industrias para estar en vigencia pese a la era del internet?	x		x		x		
12	¿Que tendría que cambiar el cine y la TV frente al fenómeno Netflix para seguir en vigencia?	x		x		x		

13	¿De qué manera se tendría que reinventar el cine frente al COVID – 19?	x		x		x		
	FACTORES							
14	¿Cree usted que las plataformas multimedia son una amenaza para la industria del cine y la TV? ¿por qué?	x		x		x		
15	¿De qué depende que se mantenga en auge estas industrias?	x		x		x		
16	¿Cree usted que los contenidos se fueron desactualizando según el pasar del tiempo en la Tv?	x		x		x		
17	¿En la industria del cine puede que exista variedad de contenido?	x		x		x		
18	¿Por qué cree que la industria de la Tv está o estaría en riesgo?	x		x		x		
19	¿Cuáles deberían ser las nuevas estrategias de la industria del cine frente al COVID-19?	x		x		x		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE FOCUS GROUP

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	CARACTERISTICAS DE NETFLIX							
1	¿qué opina del funcionamiento de la plataforma Netflix?	x		x		x		
2	¿Qué te parece la manera de iniciar sesión en la plataforma Netflix?	x		x		x		
3	¿Qué te parecen las tarifas que tiene la plataforma Netflix?	x		x		x		

ESTRATEGIAS DE NETFLIX							
4	¿Qué opinas del catálogo que maneja la plataforma Netflix?	x		x		x	
5	¿Qué tipos de contenidos maneja esta plataforma?	x		x		x	
6	¿Crees que esta plataforma de streaming está en constante innovación sobre sus catálogos de contenidos?	x		x		x	
7	¿Con qué frecuencia revisas la plataforma Netflix?	x		x		x	
8	¿Crees que una de sus características de la plataforma Netflix es su contenido personalizado?	x		x		x	
9	¿Alguna vez Netflix sugirió contenido de tu preferencia o te realizó sugerencias?	x		x		x	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento sí tiene suficiencia puesto que recolectaba lo que los investigadores buscan. Pero el último cuadro va de acuerdo con los ítems planteados en el instrumento corregido.

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg Giovanna Beltrán

Especialidad del validador: Comunicador Social

26 de agosto del 20

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 04: validez de Aiken

Validéz de Aiken		PERTINENCIA						RELEVANCIA						CLARIDAD						
Dimensiones	#	ítem	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total (S) Sumatoria de acuerdo	V. Aiken S/ (n (c-1))	Validez por ítems ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total (S) Sumatoria de acuerdo	V. Aiken S/ (n (c-1))	Validez por ítems ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total (S) Sumatoria de acuerdo	V. Aiken S/ (n (c-1))	Validez por ítems ESCALAS
Características de Netflix	1	¿qué opina del funcionamiento de la plataforma Netflix?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	2	¿Qué te parece la manera de iniciar sesión en la plataforma Netflix?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	3	¿Qué te parecen las tarifas que tiene la plataforma Netflix?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	4	¿Qué opinas del catálogo que maneja la plataforma Netflix?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	5	¿Qué tipos de contenidos maneja esta plataforma?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
Estrategias de Netflix	6	¿Crees que esta plataforma de streaming está en constante innovación sobre sus catálogos de contenidos?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	7	¿Con qué frecuencia revisas la plataforma Netflix?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	8	¿Crees que una de sus características de la plataforma Netflix es su contenido personalizado?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	9	¿Alguna vez Netflix sugirió contenido de tu preferencia o te realizó sugerencias?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
							1,00	Validez fuerte				3,00	1,00	Validez fuerte				3,00	1,00	Validez fuerte

Validez de Aiken			PERTINENCIA					RELEVANCIA					CLARIDAD							
Dimensiones	#	Ítem	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total (S)	V. Aiken	Validez por ítems	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total (S)	V. Aiken	Validez por ítems	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total (S)	V. Aiken	Validez por ítems
			Sumatoria de acuerdo	S/ (n (c-1))	ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Sumatoria de acuerdo	S/ (n (c-1))	ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Sumatoria de acuerdo	S/ (n (c-1))	ESCALAS			
Impacto de netflix	1	¿Conoce los inicios de la plataforma de streaming Netflix?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	2	¿Qué opina usted sobre este inicio	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	3	¿Qué opina de la evolución plataforma de streaming Netflix?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	4	¿Cómo fue el comportamiento del usuario con la plataforma de streaming Netflix frente al COVID-19?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	5	¿Cómo cree que será la plataforma de streaming Netflix en unos años?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	6	¿Qué cambios podría tener en 5 años la plataforma de streaming Netflix?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
Modelos de negocios de Netflix	7	¿Cuáles son los modelos de negocio que utiliza la plataforma Netflix? ¿por qué?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	8	¿Qué opina del modelo de suscripción?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	9	¿Crees que es un modelo actualizado y estratégico para su público objetivo? ¿por qué?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	10	¿recuerdas cómo empezaron estas industrias?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte

Historias del Cine y la Tv	11	¿Cuáles son las nuevas estrategias que manejan estas industrias para estar en vigencia pese a la era del internet?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	12	¿Que tendría que cambiar el cine y la TV frente al fenómeno Netflix para seguir en vigencia?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	13	¿De qué manera se tendría que reinventar el cine frente al COVID – 19?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	14	¿Cree usted que las plataformas multimedia son una amenaza para la industria del cine y la TV? ¿por qué?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	15	¿De qué depende que se mantenga en auge estas industrias?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
Factores	16	¿Cree usted que los contenidos se fueron desactualizando según el pasar del tiempo en la Tv?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	17	¿En la industria del cine puede que exista variedad de contenido?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	18	¿Por qué cree que la industria de la Tv está o estaría en riesgo?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
	19	¿Cuáles deberían ser las nuevas estrategias de la industria del cine frente al COVID-19?	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte	1	1	1	3	1,00	Validez fuerte
							1,00	Validez fuerte	0				1,00	Validez fuerte					1,00	Validez fuerte