

Masificación de audiencias de contenido audiovisual de *streaming* en las plataformas *Netflix* y *Disney Plus* en el contexto de COVID-19 (años 2020 a 2022)

Massification of streaming audiovisual content audiences on the Netflix and Disney Plus platforms in the context of COVID-19 (years 2020 to 2022)



Zaray de los Ángeles Rumbos Pérez. Estudiante de comunicación, interesada en la redacción literaria y científica. Me motiva explorar los efectos que la comunicación genera en la sociedad. Gracias a un programa que cursé en la preparatoria, la redacción de proyectos e investigaciones se me facilita, lo que me ha preparado para abordar de manera efectiva los desafíos académicos y profesionales.

Universidad Panamericana, México
0256701@up.edu.mx
ORCID: 0009-0006-8293-2363

Recibido: 02/12/2023 - En edición: 09/05/2024 - Publicado: 01/07/2024

Received: 02/12/2023 - Early access: 09/05/2024 - Published: 01/07/2024

Resumen:

El confinamiento por COVID-19 afectó a la industria del entretenimiento desde la producción hasta la distribución, provocando que cambiarán los métodos para mantener a los consumidores de contenido audiovisual como suscriptores. Las plataformas de streaming fueron una solución, permitiendo el acceso a entretenimiento desde casa de contenidos variados y originales.

Palabras clave:

Plataforma de streaming; tendencia; consumo; masificación; cuarentena.

Abstract:

The COVID-19 confinement affected the entertainment industry from production to distribution, causing methods to change to maintain audiovisual content consumers as subscribers. Streaming platforms were a solution, allowing access to entertainment from home with varied and original content.

Keywords:

Streaming platform; trend; consumption; massification; quarantine.

Cómo citar este artículo:

Rumbos Pérez, Z. de los A. (2024). Masificación de audiencias de contenido audiovisual de *streaming* en las plataformas *Netflix* y *Disney Plus* en el contexto de COVID-19 (años 2020 a 2022). *Doxa Comunicación*, 39, pp. 457-468.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n39a2152>



Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0

1. Introducción

A finales de 2019, se observaron casos de neumonía grave en varios pacientes y en cuestión de semanas la cantidad de pacientes aumentó en medidas altas, descubriendo que era un virus. Así fue como en China comenzó una epidemia, pero no fue hasta unos meses más tarde que esa crisis se convirtió en una crisis global. Para 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) emitió un aviso oficial el 11 de marzo de 2020, confirmando que el COVID-19 era una pandemia y que se tendrían que tomar medidas sanitarias, teniendo como consecuencia el comienzo de un encierro por un tiempo indefinido. Cada país tomó medidas distintas, haciendo que su número de contagiados y muertos dependiera del tipo de leyes que fueran legisladadas.

El primer país en tomar medidas sanitarias como el confinamiento fue Hubei en China, que fue donde se centraron los primeros contagios de COVID, contando con 639 casos confirmados, el 23 de enero de 2020 oficialmente se decretó el encierro. En marzo de ese mismo año, países europeos comenzaron a oficializar el encierro: En Italia fue el 9 de marzo (al llegar a los 100 contagios), En España, el 14 de marzo, en Noruega, el 12 de marzo, en Austria, el 16 de marzo, en Francia y Bélgica, el 17 de marzo. Por otro lado, en los países latinoamericanos como Argentina y Chile establecieron el 19 de marzo la cuarentena total. Países tales como Perú, Polonia, Portugal, Australia, Grecia, Reino Unido, India y Hungría fueron los que tomaron medidas las primeras semanas tras el aviso de la OMS. (Canibe, 2020)

Para antes de abril, muchos países ya estaban en cierre, de esta forma, desde 2020, la manera en la que funciona el mundo cambió, ya que la pandemia arrasó con el estilo de vida que se conocía, remodelando hábitos y costumbres. Respecto a los cambios de hábitos de consumo, se experimentó un aumento en las preferencias de los consumidores sobre los contenidos familiares y reconfortantes, puesto que el estrés que estaba asociado con la pandemia provocó que se buscará una evasión de la realidad. Es así como el mundo digital se volvió parte de la rutina de muchos para trabajar, comunicarse y consumir contenido. Al igual que precarizar el empleo de muchos, aquellos que no tienen suficientes recursos o los que cumplían con un trabajo que, sin la normalidad de la rutina contacto en persona, no eran útiles en línea. Este artículo busca contemplar cómo este cambio provoca que Netflix y Disney+, dos de las plataformas de streaming más conocidas en el mundo del entretenimiento, viéndose beneficiadas y masificadas.

Se debe tener en cuenta que una de las grandes revoluciones que hemos tenido en esta era digital ha sido el auge de las plataformas de streaming, que son una tecnología que permite acceder a contenidos a través de internet, sin necesidad de descargarlo u ocupar el almacenamiento en sus propios dispositivos (BBVA México & BBVA, 2022). Estas han probado el nuevo método de consumo digital, es por eso que nace la necesidad de estudiar el efecto del encierro por la pandemia COVID-19 sobre el uso de plataformas de contenido audiovisual.

En 2021, diferentes países finalizaron la cuarentena y otros modificaron las medidas, aunque se mantenía la preferencia de seguir con el confinamiento. Esto por la cantidad de contagios y el desarrollo de la vacuna contra el virus, que estaba por finalizar. Teniendo como resultado, el regreso a trabajos que eran en persona y la continuación de proyectos audiovisuales que se habían postergado, tomando las medidas necesarias para no aumentar contagios. A pesar de los intentos por cambiar la normalidad, siguieron creciendo los casos COVID-19 porque no se seguían debidamente.

Sin embargo, debe quedar claro que antes de la pandemia, las plataformas de contenido audiovisual ya eran utilizadas, pero no fue hasta el encierro que fueron clave para la industria de creación de contenidos, ya que este fue el medio que lo mantuvo en pie

después de tener que tomar medidas de confinamiento que limitaban tanto la producción como distribución de sus proyectos, teniendo como consecuencia pérdidas económicas desmesuradas. Así, se transformaron los procesos creativos para producir y mantener a flote las empresas que dependen de esta industria, se recurrió al reajuste de fechas de lanzamiento para no cancelar proyectos y realización de producciones independientes que se adaptaban al presupuesto y restricciones por la pandemia.

La empresa de *Netflix* fue fundada en 1997 por dos ingenieros, Reed Hastings y Marc Rudolph, con el objetivo de tener acceso a rentar películas desde internet, implementando un nuevo método para consumir contenido. Para 1999, se adquirió un nuevo modelo de acceso a la plataforma, siendo una suscripción mensual para el acceso a todos los títulos disponibles. Un año después comenzaron una estrategia que en la actualidad es común dentro de los servicios digitales, las recomendaciones personalizadas. En 2003, *Netflix* alcanzó el millón de suscriptores, dos años después llegó a los cinco millones de suscriptores y en 2007 a los 20 millones con el método de streaming. En la década de los 2010, comienzan a invertir en la creación de contenido original, tomando riesgos que terminan favoreciendo a la empresa y también se expanden a Europa y América. Es así que *Netflix* marca un cambio dentro de la Tercera Revolución Industrial, mejor conocida como la Revolución Digital. (Uriel, B., 2022).

Los contenidos de *Netflix* son variados entre series y películas, manejan distintos géneros como comedia, drama, documentales y animaciones. La fórmula que utilizan para tener los derechos de los contenidos es fijándose en lo que es más popular en cada región. No fue hasta la década de los 2010 que casi todo su contenido era dirigido a una audiencia mayor de edad por los temas que trataban sus proyectos disponibles, por la demanda de la audiencia tuvieron que abrir un perfil para todas las cuentas que se llama *Netflix kids*, donde se muestra un catálogo que está compuesto por series y películas de clasificación G, siendo para todas las edades (especialmente a niños).

El 16 de octubre de 1923, *The Walt Disney Company* fue fundada, pero no fue hasta el 12 de noviembre de 2019 que su plataforma, *Disney Plus*, fue estrenada en tan solo cinco países de Norteamérica y Europa, siendo Holanda, Estados Unidos, Canadá, Austria y Nueva Zelanda los únicos con acceso al servicio, aun así el primer día que se estrenó la plataforma tuvieron un aproximado de 10 millones de suscriptores entre esos países. La compañía dudó en crear *Disney Plus* por ser tradicionalistas al momento de producir y compartir sus contenidos por las ideas que tenía el mismo fundador, que era dar todo vía televisión o cine, al final optaron por proceder con su plataforma dado que más allá de los medios, era compartir los contenidos. También tomaron en cuenta gastos y ganancias para elaborar estrategias para el estreno de nuevos proyectos. Para noviembre de 2020, se expandieron en América y Europa. Para 2022, anunciaron su estreno en 40 países más en África y Europa, teniendo más de 60 países con acceso a su servicio. (Daniel, 2022).

Por la naturaleza de la compañía de *Walt Disney*, los contenidos que ofrecen son para todas las edades, manejan los géneros de comedia, acción, documentales, pero no cuentan con romance como una categoría. Son muy pocas las películas que tienen en su catálogo que tocan temas para mayores de edad y para acceder a un catálogo con una clasificación de adolescentes y adultos se puede suscribir a *Star Plus*, plataforma fundada el 31 de agosto de 2021 de la misma empresa que funciona como extensión de *Disney Plus*. A pesar de esto, gran parte de su audiencia busca ver sus clásicos y al contar con divisiones en el menú como *National Geographic*, *Marvel*, *Star Wars* y *Pixar*, logran enganchar a sus suscriptores por los intereses que tengan sobre estas franquicias.

Netflix y *Disney+* cumplen con el mismo propósito de entretener y comparten el método para ser consumidos a través de una suscripción, lo que hace que sean diferenciados son sus contenidos y su forma de alcanzar a sus consumidores. Ambas plataformas han sido demandadas por el público por diversas razones, *Netflix* por ser la primera en ofrecer contenido en este formato y *Disney+* por tener contenidos específicos que forman parte de la nostalgia e infancia de muchos. Ambas plataformas tuvieron que adaptarse a las medidas aquí que optaron por estrategias para mantener a sus suscriptores durante pandemia, invirtiendo en tecnología avanzada y nuevos modelos de trabajo: *Netflix* optó por innovar y aumentar la cantidad de los contenidos originales, incluso aprovecharon la dinámica en línea para hacer una extensión en computadoras llamada “*Netflix Party*”, permitiendo que diferentes usuarios vieran la misma película o series al mismo tiempo junto a un chat para comentar durante el uso de la extensión. Por otro lado, *Disney Plus* eligió crear *Star Plus* y aprovechar las franquicias de las que eran dueñas para diversificar su alcance en audiencias. Estas estrategias permitieron que las plataformas se mantuvieran relevantes durante la pandemia.

La diversificación de audiencias ha sido importante para el incremento del uso de plataformas de streaming como *Netflix* y *Disney+* en la era pandémica. La estrategia de ampliar el catálogo, englobando géneros diversos y distintos formatos, ha logrado atraer a una audiencia más amplia. La personalización de la experiencia del usuario mediante algoritmos avanzados ha mejorado las recomendaciones, asegurando la fidelidad de la audiencia actual y atrayendo a nuevos suscriptores. La colaboración con creadores de renombre y la producción diversificada han ampliado la oferta, mientras que la flexibilidad en los modelos de suscripción ha democratizado el acceso. Esta combinación de elementos ha consolidado estas plataformas como líderes en el entretenimiento digital entre los años 2020 a 2022, destacando su capacidad de adaptación a las cambiantes dinámicas del mercado.

2. Metodología

Este artículo busca analizar el efecto que tuvo la cuarentena por la pandemia de COVID-19 la cual abarcó 2020 a 2022 sobre las suscripciones en plataformas de streaming de *Netflix* y *Disney+*, y hacer una comparativa entre las dos, a partir de los resultados establecer si existe una correlación fuerte entre la cuarentena y el uso de estos servicios. Se estima que a partir de los datos se compruebe que si las plataformas de streaming se dirigen a un sector de audiencia con un contenido específico, pueden lograr aumentar usuarios, pero la falta de variedad en sus contenidos los disminuye más adelante, durante el periodo de 2020 a 2022 las audiencias de contenido digital a través de plataformas de streaming aumento en consecuencia a la pandemia de COVID-19 y el contenido que ambas disponen; las cifras de las audiencias de *Disney+* y *Netflix* se vieron influenciadas por la competencia que el encierro provoco, logrando que ambas aumentaran en usuarios por su rivalidad. Para comprobar las hipótesis de la investigación se utilizarán bases de datos, artículos de periódicos y registros de suscriptores por empresa, de este modo se buscará una correlación entre datos duros.

Se toman las bases de datos de *Statista*, porque miden tanto el uso como los suscriptores de *Netflix* y *Disney+* en México en 2020 a 2022, para llegar a cómo cada una tiene cierta cantidad de audiencia, que tiene interés de ver el contenido que disponen, porque tienen la oportunidad de consumirlo. *Statista* fue elegida como fuente porque es una plataforma de estadística digital que le dispone a usuarios en internet datos relevantes que son resumidos y graficados, tanto de temas económicos, sociales y culturales, su servicio se basa en informes que son recopilados e interpretados por profesionales que trabajan dentro de la agencia de inves-

tigación, comprometiéndose al mostrar sus fuentes. Sin embargo, en caso de ver falta de fuentes en una gráfica, lo que se debe hacer es buscar otra base de datos que sea gubernamental de preferencia que pueda corroborar el informe.

La plataforma de Worldometer también se utiliza como fuente esencial de información para considerar los casos de COVID-19, dispone del número de muertes, casos de COVID-19 y cuantos se han recuperado desde el inicio de la pandemia hasta la fecha. Worldometer es dirigido por un equipo de investigadores independientes que trabajan para que la plataforma sea de acceso gratuito que provee datos estadísticos que ayuden a otros investigadores. Diversas instituciones académicas los han reconocido por utilizar fuentes seguras y confiables.

Diversos periódicos como *El universal* disponen de datos sobre los géneros que maneja *Netflix* para atender la solicitud de sus suscriptores. Por esta razón, se tomó una noticia que fue publicada en el año 2022, que se enfoca en lo antes mencionado para identificar como dentro del tiempo que será estudiado de este artículo, la competencia entre plataformas es un factor que es de interés para comparar beneficios entre *Netflix* y *Disney+*. Este periódico fue fundado en 1916 en México, con el objetivo de esparcir las noticias durante la revolución mexicana, tomando un papel político importante que hablaba de temas relevantes y controversiales en México y el mundo, tomando temas tanto políticos como de entretenimiento que involucran al consumidor.

El Economista es un periódico mexicano que se enfoca en el análisis de datos duros, de ámbito financiero, económico y político, además de noticias culturales, de la industria, del entretenimiento e internacional. Se toma una noticia de que habla sobre los contenidos que maneja *Netflix*, haciendo que sean relevantes para los que se mantienen suscritos. Esto servirá para considerar si los contenidos de la plataforma ayudan al crecimiento de sus suscriptores.

Venezuela News es un medio independiente que se enfoca tanto en acontecimientos de Venezuela como mundiales. A pesar de llevar 2 años funcionando, es una fuente que se basa en anuncios oficiales emitidos por el gobierno y empresas. Esta fuente anuncia los países donde *Disney Plus* será estrenado 2022, posibilitando que se vea el porqué del aumento en ese año.

Esta es la metodología que se utilizará para clasificar los datos y describirlos, ya que permite que sean analizados sin perder su grado de impacto dentro del estudio y sea claro como las plataformas fueron masificadas debido a la pandemia. Este proceso facilita el comparar el alcance de las plataformas de streaming estudiadas y comparar tales resultados para analizar el efecto de la pandemia sobre estas plataformas.

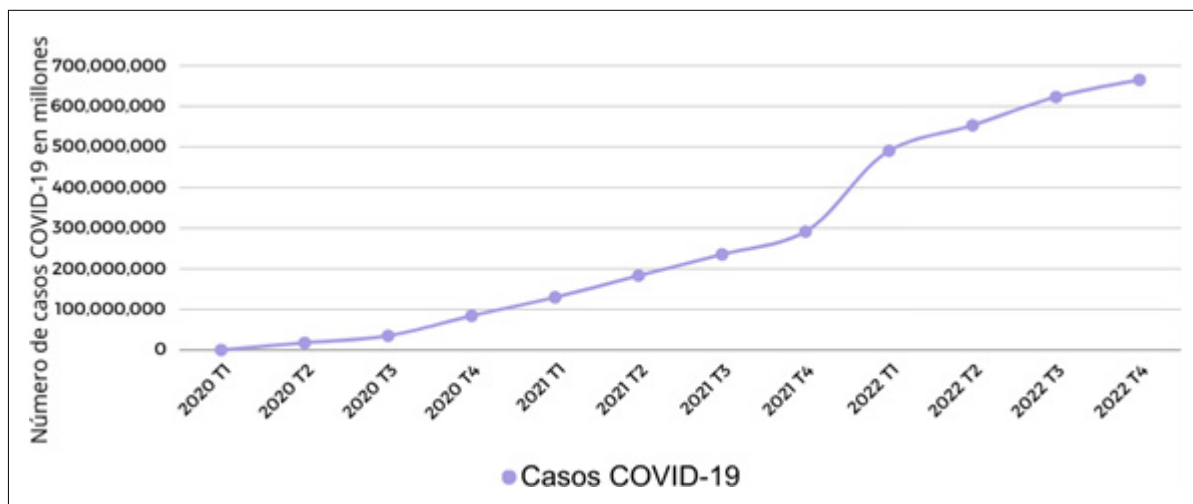
Las hipótesis que hay dependiendo de los resultados son las siguientes:

1. Una plataforma de streaming específica puede experimentar un crecimiento momentáneo debido a la variedad de contenido, es decir, que si genera contenido específico y original a un solo sector, entonces esta generara un crecimiento repentino en sus usuarios.
2. Durante el período de 2020 a 2022, la audiencia de contenido audiovisual de streaming en las plataformas *Netflix* y *Disney Plus* aumentó debido al contexto de la pandemia de COVID-19 y el contenido exclusivo que ambas disponen.
3. A la vez que la pandemia avanzaba, la cifras de audiencia en plataformas de streaming como *Disney Plus* y *Netflix* se vieron influenciadas por el aumento competencia entre ambas, haciendo que la industria del entretenimiento sea creciente por la preferencia que existe entre las audiencias que buscan alcanzar.

3. Resultados

La inclusión de datos sobre el total de casos de COVID-19 confirmados a nivel mundial en tu investigación es esencial para establecer un contexto significativo. Estos datos proporcionan una medida clave de la magnitud y la evolución de la pandemia durante el período de estudio.

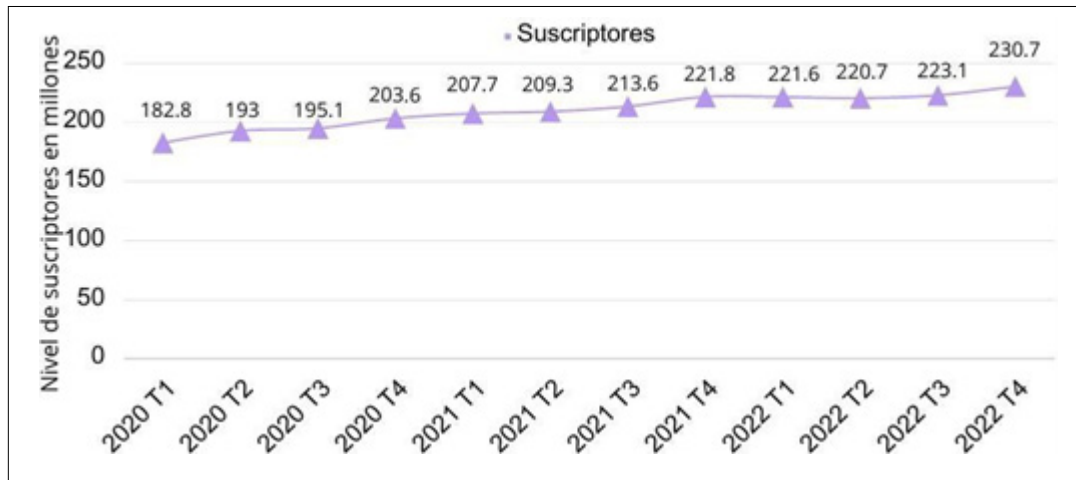
Figura 1. Total de casos de COVID-19 confirmados globalmente desde el primer trimestre de 2020 hasta el cuarto trimestre de 2022 (en millones)



Fuente: gráfica elaborada por Worldometer

Al analizar los cambios en el número de suscriptores trimestre a trimestre desde el primer trimestre de 2020 hasta el cuarto trimestre de 2022, puedes identificar patrones y tendencias. Aumentos significativos podrían relacionarse con cambios en el comportamiento de la audiencia durante la pandemia, como el aumento del consumo de contenido en línea debido a los confinamientos y medidas de distanciamiento social.

Figura 2. Nivel de suscripciones de Netflix a nivel mundial desde el primer trimestre de 2020 hasta el cuarto trimestre de 2022 (en millones)



Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados por Echemi y Bankmycell

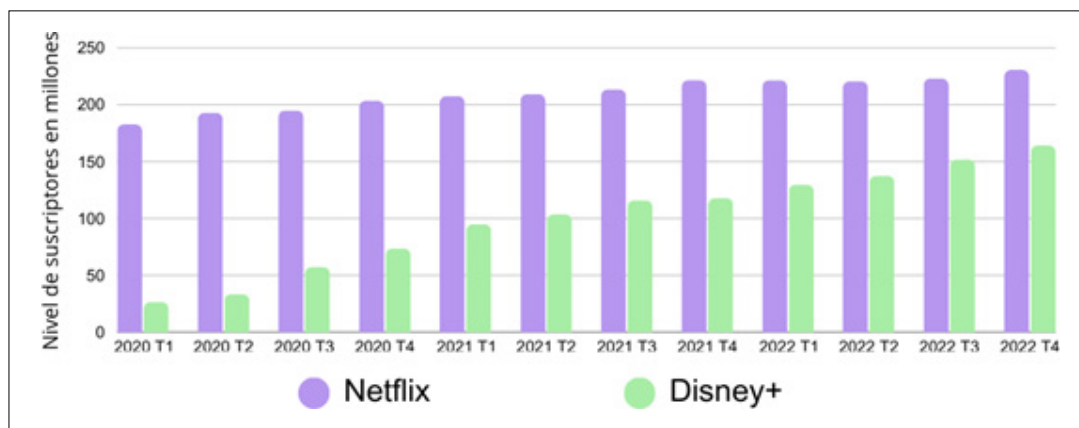
La inclusión de datos sobre el número de suscriptores de *Disney+* a nivel mundial es esencial para comprender y contextualizar la expansión de la plataforma en el mismo periodo que se investiga. Estos datos ofrecen una visión cuantitativa del impacto que la pandemia y las estrategias comerciales han tenido en la adopción de *Disney+* a nivel global.

Figura 3. Nivel de suscripciones de Disney a nivel mundial desde el primer trimestre de 2020 hasta el cuarto trimestre de 2022 (en millones)



Fuente. gráfica elaborada por Statista

Estos datos permiten examinar de manera cuantitativa cómo ambas plataformas han Una tabla que tenga suscriptores de *Netflix* y *Disney Plus* ayuda a visualizar como ambos compiten e incrementan sus miembros, al igual que permiten que se vean de manera cuantitativa el avance que tienen los tres años que serán interpretados.

Figura 4. Nivel de suscripciones de Netflix y Disney+ a nivel mundial desde el primer trimestre de 2020 hasta el cuarto trimestre de 2022

Fuente. elaboración propia a partir de un artículo de la base de datos de Statista y recopilación de datos de Echemi y Bankmycell

4. Discusión

Este trabajo busca identificar si existe una correlación entre el factor del encierro con el incremento de usuarios que se unieron a las plataformas de entretenimiento durante la pandemia. Para confirmar o descartar esta hipótesis se debe hacer una comparativa entre los gráficos en la sección de resultados.

La primera hipótesis habla sobre el aumento de suscriptores momentáneo gracias a la variedad de contenido original. Ambas plataformas reflejan cómo funciona este factor. *Netflix* desde antes de la pandemia trabajó en el programa de recomendaciones personalizadas. Es así que siempre tuvo un aumento de suscriptores, excepto en el primer trimestre de 2022, en ese momento también afectó el regreso a la normalidad, provocando que muchos tuvieran menos tiempo para consumir el contenido de la plataforma. *Disney Plus* no realizó contenido original hasta 2022, así que su aumento de suscriptores (*vid.* figura 3) fue lento, pero aumentó en cantidad para este año.

La segunda hipótesis afirma que el confinamiento y el contenido dirigido a audiencias específicas ayudó a ambas plataformas para aumentar la cantidad de suscriptores. De acuerdo con el número de casos COVID-19 confirmados (*vid.* figura 1) y el nivel de suscriptores de *Disney Plus* (*vid.* figura 3), ambos aumentaron a la par en 2022, formando una correlación fuerte entre los suscriptores de *Disney Plus* y los casos COVID-19. En cambio, *Netflix* se mantuvo con cifras altas desde 2020 y a pesar de que en 2022 creció su audiencia aún más (*vid.* figura 2), llegó a disminuir un trimestre, debilitando la correlación entre los contagios confirmados y sus suscriptores. Esto es por los intereses de las audiencias, *Disney* ofrece contenido esperanzador, lo que se buscaba en momentos de crisis, y *Netflix* ofrece un catálogo más sobrio, en el sentido de que son temas serios y desalentadores, algo por lo que la audiencia no tiene preferencias al momento de escapar de un problema.

La tercera hipótesis confirma que la competencia entre las plataformas estudiadas aumentó debido a la preferencia de contenido por parte de los consumidores. Ambas plataformas

crecieron su número de suscriptores, pero *Disney Plus* no estuvo cerca del nivel de *Netflix* desde 2020 a 2022 (vid. figura 4). Sin embargo, los suscriptores de la plataforma de *Disney* sí aumentaron en 2022 como para intentar hacer competencia a *Netflix*, aun así es imposible que se considerara competencia por la diferencia de nivel.

4.1. Conexión entre Casos de COVID-19 y Netflix

Tomando en cuenta la figura 1 y 2, se puede mostrar que a medida que los casos de COVID-19 aumentaban en el segundo año (2021), *Netflix* continuaba experimentando un crecimiento constante en sus suscriptores, indicando que la demanda de entretenimiento en línea no disminuyó incluso en tiempos de crisis

Tabla 1. Comparativa entre casos COVID y suscripciones a Netflix

Año	Casos COVID confirmados	Suscripciones a Netflix
2020	82.3 Millones	203.6 Millones
2021	285.3 Millones	221.8 Millones
2022	665 Millones	220.7 Millones

Fuente: elaboración propia a partir de la figura 1 y figura 2

4.2. Conexión entre Casos de COVID-19 y Disney Plus

Los casos COVID-19 para 2021 casi se triplicaron a comparación de 2020 y las de Disney se duplicaron. Aunque ambas en 2022 aumentaron en cantidades altas.

Tabla 2. Comparativa entre casos COVID y suscripciones a Disney Plus

Año	Casos COVID confirmados	Suscripciones a Disney Plus
2020	82.3 Millones	73.7 Millones
2021	285.3 Millones	118.1 Millones
2022	665 Millones	164.2 Millones

Fuente: elaboración propia a partir de la figura 1 y figura 3

4.3. Relación entre Netflix, Disney Plus y la Pandemia de COVID-19

En 2020, solo los casos confirmados y Disney tuvieron una correlación positiva fuerte, no fue hasta 2021 que Netflix tuvo una correlación positiva fuerte con los casos confirmados, pero Disney no. Este patrón podría indicar que, mientras que la demanda de entretenimiento en línea se mantuvo fuerte, la capacidad de atraer y retener suscriptores varió entre las plataformas en el contexto de la pandemia, significando que los casos confirmados no fueron contantes en la conexión.

Tabla 3. Casos de COVID en contraste con las suscripciones de Netflix y Disney Plus

Año	Casos COVID	Suscripciones a Netflix	Suscripciones a Disney Plus
2020	82.3 Millones	203.6 Millones	73.7 Millones
2021	285.3 Millones	221.8 Millones	118.1 Millones
2022	665 Millones	220.7 Millones	164.2 Millones

Fuente: elaboración propia a partir de la figura 1 y figura 4

5. Conclusiones

Para finalizar, el confinamiento fue un factor clave para que la masificación de las audiencias de las plataformas de streaming de Netflix y Disney Plus sucediera. El objetivo de esta investigación se cumplió, ya que principalmente se buscó analizar si la pandemia afectó a las empresas de plataformas de streaming. Dos hipótesis de tres fueron confirmadas, el área de oportunidad de las que fueron confirmados son los datos cuantitativos que se deben tomar en cuenta, por el hecho de que el tipo de contenido que las personas consumen varía por gusto, aunque se puede generalizar por edad lo más visto.

De todos modos, en el aspecto cualitativo se cumplió con identificar que tanto era la correlación entre las variables, estás siendo las plataformas de streaming y los casos confirmados.

6. Conflicto de intereses

La autora declara no tener ningún conflicto de intereses.

7. Referencias bibliográficas

About Netflix - *Página de inicio*. (n.d.). About Netflix. https://about.netflix.com/es_es

BBVA México & BBVA. (2022, Agosto 1). ¿Qué son las plataformas de streaming y cómo aprovecharlas? *Plataformas de streaming*. <https://bit.ly/3UyVF8a>

- Bit, R. T. (2022, 22 abril). Netflix destacará más tus géneros y categorías favoritas. El Universal. <https://bit.ly/4afumFH>
- Bravo, J. (2023, 29 septiembre). La fórmula de Netflix. *El Economista*. <https://bit.ly/44tmPSB>
- Canibe, Á. (2020, 10 abril). Cuando se impusieron las medidas de cuarentena y confinamiento por países. *AS.com*. <https://bit.ly/44AavAa>
- Coronavirus: casos confirmados y muertes en China 2020-2022* | Statista. (2022, 28 marzo). Statista. <https://bit.ly/4bsGhRO>
- Luna, B. (2023, Enero 2). Crece 23% número de suscriptores de Netflix en 4 años. *La Razón*. <https://bit.ly/3JWvnYx>
- Matus, D. (2020). Sobre Disney Plus: todo lo que necesitas saber. *Digital Trends Español*. <https://bit.ly/3yb48XS>
- Muhd, M. (s.f.). Netflix earnings to shed light on growth prospects as Russia sanctions add drag. *ECHEMI*. <https://bit.ly/4dmeK6a>
- Número global de suscriptores de Disney+ 2022* | Statista. (2022, 9 diciembre). Statista. <https://bit.ly/3UKI3bj>
- Redacción. (2022, 12 junio). Qué puede aprender de la estrategia de marketing de Netflix. *Marketing Insider Review*. <https://bit.ly/4bumtx9>
- Revista Merca 2.0. (2020, 1 junio). *CEO de Disney revela cuál es la estrategia de recuperación, tras la pandemia de COVID-19*. <https://bit.ly/3QC7KZk>
- Turner, A. (2023, 23 noviembre). How many subscribers does Netflix have? (Nov 2023). *BankMyCell*. <https://bit.ly/4bmuxQw>
- Venezuela News. (2022, enero 26). *Disney Plus expande su servicio streaming a más de 40 nuevos países*. Noticias de Venezuela. <https://bit.ly/3JRBfJ8>
- Uriel, B. (2022, 18 julio). *Cronología de Netflix: Así se convirtió en el gigante del streaming*. CNN. <https://cnn.it/4bvwri5>
- Worldometer. (19 de Enero de 2020). *COVID-19 Coronavirus Pandemic*. Worldometer Recuperado de <https://bit.ly/3Uu4CzB>