

Amazon Prime Video llega a España

El servicio se establece en nuestro país entrando en competencia directa con HBO y Netflix. Su bajo coste será una característica determinante en ésta carrera.

Desde que llegó HBO a España los usuarios empezaron a echar mano de la calculadora para ver qué merecía más la pena contratar, si HBO o Netflix, si valía la pena pagar por ambos servicios, o a quién convencer para compartir el pago mensual de Netflix y arañar unos euros a final de mes. Bueno, el panorama ha cambiado por completo con la llegada de Amazon Prime Video, que con su aspecto de web de 2008 y la cara de no haber roto un plato de Jeff Bezos va a poner patas arriba el mercado del vídeo bajo demanda. Sí o sí.

20 euros anuales es una cifra que encaja en la compra compulsiva, justificada por multitud de beneficios (aunque se infrutilicen) y que está bien no cancelar de todas formas.

Mientras que tanto HBO como Netflix (en su modalidad individual más barata, sin HD siquiera) ascienden a los 96 euros anuales, Amazon Prime Video sólo cuesta 20. Y además, los beneficios no terminan ahí: se mantiene el magnífico servicio Premium para comprar en Amazon, si además tienes la suerte de vivir en Madrid o Barcelona optas a Prime Now.

Y para los gamers, también se tiene acceso a Twitch Premium. Plus: subida de imágenes ilimitada a la nube de Amazon. Ser premium de Amazon, con todo lo que trae, es ridículamente barato. Tanto, que parece hasta inmoral darse de baja a poco que se le saque algún partido. Mientras tanto, Amazon ha llegado al extremo de acabar vendiendo tablets como si fueran bricks de leche.

Volviendo a Prime Video: con un precio así, es de esperar que el catálogo no sea nada del otro mundo, y simplemente quede como una opción extremadamente económica frente a los grandes. No es el caso, el catálogo de Prime Video es sorprendentemente extenso, y con títulos de calidad, bien entre sus propias producciones o bien de terceros: Transparent, The Man in the High Castle, Hand of God, Fear The Walking Dead, The Shied, Community... Y en las películas, más de lo mismo, con un buen número de clásicos: The Godfather, Grease, Forrest Gump, Scarface, Misión Imposible, El Show de Truman... Y contenido infantil.

Además, Amazon Prime Video no entiende de tacañería: llega de primeras con modo offline y puede usarse en hasta tres dispositivos simultáneos. Lo cual ya adelanta por la derecha a HBO, que puede verse debilitada con este lanzamiento: sus gloriosas producciones propias pueden justificar el gasto en los meses de estreno de nuestras series favoritas, pero para (casi) todo el año quizás sea suficiente con Prime Video, que además nos deja descargar contenidos para vivir de forma cómoda lejos de las redes WiFi.

Jeff Bezos podrá estar calvo pero no tiene un pelo de tonto: Amazon lleva años reventando los precios del mercado sin demostrar a cambio una pérdida de calidad, y ahora lo hace con un producto tan

atractivo para el consumidor como el del vídeo bajo demanda. Y de la mejor forma, integrándolo en su plan premium actual. En cristiano: va a seguir haciendo crecer una enorme legión de usuarios que abonan religiosamente su cuota mensual. Y además, felices. La jugada maestra de Bezos.

La noticia "Prime Video, la jugada maestra de Amazon" fue publicado originalmente en Hipertextual.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Imágen y sonido](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>