Netflix no quiere ser el próximo Blockbuster

OPINIÓN
>



RICARDO DE LA PIEDRA

Socio senior del Estudio Muñiz

Hace un par de años, publiqué una nota respecto a las lecciones de innovación que dejó la desaparición de Blockbuster a manos de Netflix, incluso conté la historia del año 2000 de cuando Netflix (con un valor aproximado de US$ 5 millones), se ofreció a los dueños de Blockbuster (valorizada en US$ 4.5 billones) para (1) juntar sus modelos de negocio o, en su defecto, (2) que los compren por US$ 50 millones. Este caso es emblemático y se estudia en la mayoría de escuelas de negocios del mundo como lección empresarial y la importancia de la innovación.

Situación actual: Un par de décadas después, Netflix ha mantenido una clara posición de dominio, creciendo año tras año en suscriptores e ingresos. No obstante ello, desde el 2021 parece haber comenzado a sucumbir ante algunas decisiones de negocio. El cobro de montos adicionales y la dura competencia de AmazonPrime, HBO Max y Disney+ ha hecho que pierda alrededor de 200,000 usuarios en el primer trimestre del 2022, con el consecuente desplome de su acción en un 37%. Se dice que el conflicto entre Rusia y Ucrania le restará 700,000 suscripciones adicionales.

BLOOMBERG



"Desblockbusterización": La empresa fundada por Reed Hastings no quiere repetir la historia de su predecesor y ha visto conveniente incursionar en el mundo de la publicidad. Si bien algunos analistas ven esto como una estocada final a la empresa, parece que la estrategia busca democratizar el acceso a la plataforma con tarifas más bajas, y que la publicidad efectivamente ayude al usuario.

Se busca socios: Netflix no busca inventar la pólvora en este caso y la semana pasada su Co-CEO confirmó que buscarán un socio estratégico para proveer estos servicios, y vaya socios que están evaluando: Google (con experiencia en los ads de YouTube) y NBC Universal (potencia internacional a través de su alianza con FreeWheel).

Mientras esperamos los resultados de esta arriesgada apuesta, veré en Disney+ el final de la taquillera y exitosa serie Obi-Wan-Kenobi. Hablamos de competencia para Netflix.