

Fecha 13.12.2015	Sección Pasiones	Página pp-25
----------------------------	----------------------------	------------------------



Las televisoras tradicionales, obligadas a revisar sus estrategias ante competidores como Netflix, Amazon o ClaroVideo que modificaron la forma de ver la Tv

ESPECIAL ♦ Compañías como Netflix y Amazon han revolucionado la manera de ver y producir contenidos televisivos, mientras que canales como HBO, CBS y Televisa buscan reaccionar para no perder en el mercado

Televisión digital contra televisión tradicional: sin red no hay paraíso

[ULISES CASTAÑEDA]

“La transmisión televisiva fue una muy buena idea al igual que lo fue el uso del caballo hasta que llegó el auto. La era de la televisión abierta durará quizá de 1930 hasta 2030, el video por internet continuará expandiéndose y terminará por absorberla”, dijo Reed Hastings, el fundador y CEO de la compañía Netflix, que es una de las empresas que han revolucionado la forma de ver televisión a través de contenidos digitales, en lo que parece ser una declaración de guerra abierta que se ha desarrollado entre las nuevas plataformas y la televisión tradicional.

En menos de 20 años, compañías como Netflix se han convertido en empresas que han entendido la era digital como un espacio en el que se pueden combinar de manera perfecta el entretenimiento y el negocio. La empresa surgió en 1997 como un pequeño videoclub que ofrecía un catálogo de películas que eran distribuidas por correo. La fórmula era que le ofrecía al suscriptor la ventaja de rentar desde su casa y de manera ilimitada. Con la llegada del servicio de visualización de *streaming*, adaptó su fórmula y revolucionó el mercado al grado de que en la actualidad tienen 53 millones de suscriptores en todo el mundo, muy cerca de grandes canales de televisión como HBO que tienen poco más de 60 millones, según las cifras de este año.

El modelo implementado por Netflix se ha convertido en una amenaza para los servicios de televisión tradicional debido a las comodidades que ofrece la empresa de televisión digital, que, no conforme con meterse en el mercado como un catálogo de visualización, también se han involucrado en los últimos tres años en la producción de sus propias series de televisión que están al nivel de calidad de las series de los grandes canales de televisión.

La ventaja competitiva de Netflix, y ahora otras plataformas que han surgido como Amazon, Hulu y ClaroVideo, esta última respaldada por el empresario Carlos Slim, radica en la capacidad de adaptarse a las necesidades de los clientes antes que los grandes canales y al mismo tiempo que las empresas de renta como Blockbuster, que es un ejemplo claro de cómo la tecnología ha hundido a la empresa y ahora la competencia se encuentra directamente en la televisión.

La calidad de las producciones como *House of Cards*, *Orange is the new black*, y este año *Sense8*, *Narvos*, *Daredevil* y *Jessica Jones*, se han hecho un lugar importante en las grandes ceremonias de premiación como los Emmy en las cuales este año Netflix tuvo 34 nominaciones y Amazon 12. Mientras que hace unos



Página 1 de 3
\$ 89280.00
Tam: 720 cm2

Continúa en siguiente hoja

Fecha 13.12.2015	Sección Pasiones	Página pp-25
----------------------------	----------------------------	------------------------

días se anunciaron los nominados a los Globos de Oro figuran en las nominaciones a Mejor Serie Dramática del Año, *Narcos* por Netflix y en la categoría de Mejor Serie Cómica, *Orange is the new black*, de Netflix y *Mozart in the jungle*, de Amazon.

La respuesta de las cadenas de televisión no se ha hecho esperar y así canales como HBO han decidido poner al alcance de más suscriptores su contenido "premium". Las cadenas han decidido negociar con las plataformas digitales para retirar sus mejores series y así obligar a los usuarios a suscribirse a través de cable para ver las series exclusivas como fue el caso del canal Starz que rompió lazos con Netflix y le retiró de su catálogo casi mil títulos en series, pero los resultados no le han sido favorables y ahora lo que pudieron negociar con la plataforma digital fue retrasar la llegada de sus episodios exclusivos.

También destaca el caso del canal Showtime, que en el 2011 decidió eliminar de Netflix las temporadas más recientes de *Dexter* y *Californication*, es decir, el portal puede mostrar las primeras temporadas y enganchar a los usuarios, pero para poder ver el resto deben suscribirse a Showtime o comprar/alquilar el resto de la serie a través de algún proveedor (iTunes o cualquier tienda física).

En el caso de HBO, es uno de los que no han dado su brazo a torcer en cuestión de poner sus contenidos al alcance de las plataformas digitales, porque el 86% de sus beneficios dependen de la cuota de suscripción que pagan sus espectadores, por lo cual han recurrido a otras estrategias para hacer frente a la competencia de contenidos en el mercado, como abrir su propio servicio de *streaming* con HBO Go, que se puso en marcha en Estados Unidos hace tres años y que este 2015 amplió su ca-

talogo para América Latina.

Además de HBO, otras empresas se están dando a la tarea de entrar en la competencia que por el momento llevan por delante Netflix y Amazon. Canales de televisión como CBS, también transmitirán digitalmente su programación, y se han sumado otros canales como Time Warner y Dish Network.

"Los jóvenes están migrando al consumo digital, incluso algunos nunca han pagado por cable o están cortando sus suscripciones. Y en ese sentido las compañías están tratando de mantenerse relevantes con estas audiencias", dijo el colombiano Roy Burstin, cofundador de la red de canales latinos MiTú, o la versión latina de YouTube, que también anunciaron que producirán sus propias series de televisión *streaming* para el 2016.

Al mismo tiempo otras empresas como Televisa también quieren entrar a la competencia de Netflix, al menos en México, al ver los excelentes resultados que ha tenido en los últimos dos años, por lo que tendrán un lanzamiento formal de plataforma digital en el primer trimestre del próximo año: "Va a ser algo francamente importante. Viene por el lado de la plataforma, contenidos, despegue de contenidos y difusión en redes sociales", dijo Manuel Gilardi, vicepresidente digital y New Media de Grupo Televisa en el marco del Foro Forbes 2015. La iniciativa se sumará a la que este año lanzó Claro Video con sus propias series originales con la transmisión exclusiva de *El Torito*.

Estas reacciones son algunas de las estrategias que buscarán las nuevas compañías que también tendrán que pensar en los costos de suscripciones, pues por lo pronto las plataformas digitales tienen un costo de nueve dólares en Estados Unidos y en México entre 100 y 160 pesos, y ponen al servicio de los usuarios cerca de 20 mil títulos, que parecen ser suficientes para hacer frente a HBO, cuyo costo gira en los 14 dólares.

Fecha 13.12.2015	Sección Pasiones	Página pp-25
----------------------------	----------------------------	------------------------

El fundador de Netflix, Reed Hastings, tiene muy claras las ventajas de su empresa y considera que pronto llegará el fin de la televisión tradicional, “dentro de 10 años el internet será mucho más rápido y la televisión será más como un iPad gigante colgado de la pared, llena de aplicaciones y con una app store”, dijo.

Para el 2016, la empresa tiene contemplado estrenar 16 series de televisión y películas, y un año más tarde estrenar 31 producciones más en lo que parece ser el nuevo imperio. Este servicio de video en línea está disponible en más de 50 países y el grupo ambiciona estar presente en todo el mundo para fines de 2016.

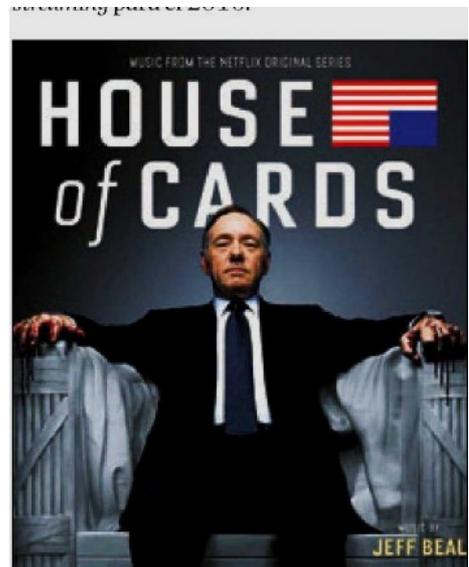


COMPETENCIA. La ventaja de las plataformas digitales como Netflix radica en la capacidad de adaptarse a las necesidades de los clientes.



HBO es uno de los canales que mantiene contenidos exclusivos fuera del servicio streaming. Game of Thrones sólo puede verse si estás suscrito al canal.

ESPECIALES



Las empresas de televisión digital han lanzado sus propios contenidos originales. House of cards fue la primera serie de Netflix y se estrenó en el 2013.