CASO DE ESTUDIO BLOCKBUSTER CONTRA NETFLIX

ANTONIO CASTRO TOVAR

Taller del Curso de Gerencia de Innovación Tecnológica

Juan Pablo Llinas

Docente UNITEC

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS - VIRTUAL

BOGOTA DC

2020

1. ¿Cuál es el modelo de negocio de Blockbuster? ¿Cuánto éxito ha tenido?

Se puede decir que un modelo de negocio describe el modo en que una organización crea, distribuye y captura la atención de un segmento de mercado, En el caso de Blockbuster mantenía un modelo de negocio tradicional que se basaba en la renta de videocintas, videojuegos y la renta y venta de DVDs de manera directa, es decir, la interacción persona a persona entre el cliente y el representante del servicio.

El éxito fue tal que para 2004, Blockbuster poseía el 40% de participación en el mercado de la renta de videos de Estados Unidos, estimado en 7,000 a 9,000 millones de dólares anuales; Blockbuster también tenía ventas de videos por alrededor de 16,000 millones de dólares que para la época era una gran renta pues no muchas empresas llegaban a estos números a tal punto que no solo se mantuvo en números desde su creación si no que se amplio en ganancias e incremento su cobertura atrapando y fidelizando a mas clientes durante 13 años hasta la aparición de una nueva empresa con ideas innovadoras que no supo enfrentar pues el miedo al riesgo de romper los esquemas de negocios ya establecidos los llevaron a la bancarrota rematando sus tiendas.

1. ¿Qué fuerzas industriales y tecnológicas han desarrollado ese modelo de negocio? ¿Qué problemas le han planteado?

Partiendo del hecho que las fuerzas tecnológicas e industriales hoy en día no son solo tendencias si no estrategias corporativas podemos evidenciar que Netflix lo tenia claro, pues llego implementando una fuerza digital supliendo todos necesidades en el mercado para crear su propia empresa facilitando al cliente el proceso para el alquiler de DVDs haciendo que sea eficiente y eficaz pues implementa el internet como herramienta principal sin necesidad de establecer un una tienda física digitalizando el mercado.

La fuerza impulsora radico en que Blockbuster articuló la respuesta a una necesidad de entretenimiento dentro de los hogares, sin embargo, el proceso para suplir dichas necesidades era, hasta cierto punto, complejo y limitado incomodando al cliente situación que aprovecho Netflix para ganar y fidelizar al cliente, también hay que destacar que la introducción del internet a este nicho de mercado elimina los intermediarios haciendo que la interacción del cliente sea directamente con la empresa.

1. ¿Está Blockbuster siendo capaz de desarrollar soluciones a sus problemas? ¿Existen otras soluciones que deberían ser consideradas?

Blockbuster se estaco, hablando de innovación, prefiriendo permanecer en su zona de confort Invirtiendo únicamente en el modelo de negocio que lo llevo a la cima sin ni siquiera proveer el riesgo de la aparición de nuevas empresas y tecnologías, al punto que su modelo fue volviéndose cada vez más obsoleto y cuando se vio forzado a usar otro tipo de proceso fue demasiado tarde pues Netflix ya tenía parte de su clientela además no estaban preparados para llevarlo a cabo; el miedo a arriesgarse a innovar fue el primer paso para su caída.

Una de las soluciones que debió ser considerada fue la compra de Netflix cuando se tuvo la oportunidad de haber sido así, puede ser que Blockbuster no hubiera desaparecido, tal vez, solo hubiese modificado su maneta de operar incluso expandiéndose aún más; otra opción era que se buscara la manera de suplir los huecos de mercado que se evidenciaban por ejemplo la comodidad del cliente e incluso las multas por retraso.

1. ¿Qué tan exitoso ha sido Netflix y su modelo de negocio?

Netflix como cualquier empresa al iniciar su trayectoria tienen perdidas, en este caso dichas perdidas fueron tan enormes que llevaron a sus creadores a ofrecerse a Blockbuster por una suma de 50 millones de dólares lo cual fue rechazado. Sin embargo, no fue impedimento para la innovación teniendo éxito y recuperando los ingresos perdidos quitándole de la cima del mercado a Blockbuster y superándolo en números y cobertura además de implementar estrategias para mejorar el mercado volviéndose único como lo es la creación de programas originales.

1. ¿Considera que Blockbuster y Netflix tendrán éxito a futuro? Explique su respuesta.

En otra época se hubiera pensado que tanto Blockbuster como Netflix, prometían ser compañías competitivas entre si y hubieran podido enfrentarse a cualquier tipo de competencia que se avecinara, ahora conocemos que quien pudo superar los desafíos planteados por la modernidad fue Netflix. Y es que no cabe duda de que seguirán surgiendo nuevas compañías con nuevas tecnologías que puedan amenazar el éxito de Netflix. Se trata de que la compañía tenga la visión de poder evolucionar y mejorar sus servicios para satisfacer las necesidades y demandas de sus clientes. De esta forma, podrán invertir en las herramientas necesarias para poder llevar a cabo su plan estratégico con el fin de poder seguir ofreciendo servicios de calidad y eficiencia. En estos momentos la competencia para Netflix como plataforma eficaz para ofrecer entretenimiento a los hogares se ha materializado con la salida al ruedo de Amazon Prime Video que, como Netflix necesitan encaminar sus esfuerzos y estrategias hacia la diferenciación de su producto con respecto al de la competencia. Todo con el fin de poder ofrecer un servicio o producto de calidad, a un precio módico, y con la mayor comodidad posible a través del uso apropiado e inteligente de la tecnología.