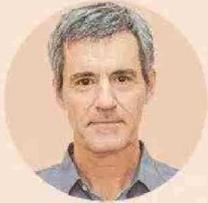


LA COLUMNA DE...



JUAN CARLOS EICHHOLZ
SOCIO FUNDADOR DE ADAPSYS Y PROFESOR UAI

Netflix y TVN

Abril de 2022 trajo malas noticias para Netflix. Sus resultados mostraban una estrepitosa caída en el número de suscriptores, de la mano de la irrupción de nuevas plataformas de streaming, como Disney+, que venían a disputarle la hegemonía que había mantenido casi en solitario por toda una década.

Ese mismo mes traía buenas noticias para TVN. Después de años con resultados financieros en rojo, que habían horadado su patrimonio, finalmente la situación se revertía y el desangramiento parecía haber terminado.

A septiembre de este año la situación se ha invertido por completo. Netflix ha sumado 45 millones de suscriptores y el valor de su acción se ha cuadruplicado, alcanzando máximos históricos. TVN, por su parte, volvió a los resultados negativos en 2023, y los que se acaban de dar a conocer para el primer semestre de este 2024 más que cuadruplican las pérdidas de igual período del año pasado y encaminan a la estación pública a cerrar el peor ejercicio de su historia.

¿Qué pasó en estos dos años y medio?

Reed Hastings, fundador y CEO de Netflix, lanzó un profundo cambio de estrategia, que se conoció como “la gran corrección”, y que consideró dificultar a sus clientes compartir contraseñas, introducir publicidad, expandir su división de video juegos, transmitir deportes, y generar experiencias en directo a través de sus series. Además, y en medio de todo esto, concretó con éxito la transición de su propio cargo, pasando la posta a dos históricos de Netflix.

TVN, por su lado, ha hecho más noticia por los cambios en sus directivos que por innovar o desarrollar nuevos productos o ideas. Pese a tener un gobierno corporativo que por ley pretende darle autonomía, con el cambio de coalición en La Moneda llegó una nueva presidenta del directorio, y de ahí un nuevo director ejecutivo, que no alcanzaron a durar dos años en sus cargos. Al día de hoy, ni el presidente del directorio ni los cuatro principales ejecutivos llevan

aumentan los suscriptores de Netflix baja el rating de TVN, y consecuentemente los ingresos de uno y otro. Siendo así, es válido preguntarse si la estación nacional podría llegar a ser más competitiva que la plataforma internacional, y la respuesta es poco esperanzadora. No por tamaño y alcance, sino porque Netflix tiene una serie de factores que, por diseño, la hacen ser especialmente adaptativa, partiendo por su cultura organizacional. Y si ser adaptativo es clave en un mundo tan dinámico como el actual, en la industria de los medios de comunicación y de entretenimiento más aún.

¿Qué hacer con TVN entonces? Seguir en más de lo mismo, incluso bajando costos, no tiene destino. Buscar un sello diferenciador como canal cultural o a través de una programación similar a la de la BBC inglesa suena bien, pero solo profundizará la caída en la audiencia. Va quedando cerrar o vender, como lo hizo la Universidad

“Es válido preguntarse si TVN puede ser más competitivo que la plataforma internacional y la respuesta es poco esperanzadora. No por tamaño y alcance, sino porque Netflix tiene factores que la hacen especialmente adaptativa, partiendo por su cultura organizacional”.

un año en sus puestos, dejando en evidencia que estos cambios de roles han tenido mucho más de trauma que de transición.

¿A qué viene toda esta comparación se preguntará usted, si Netflix y TVN poco y nada tienen en común? Es cierto, pero ocurre que compiten por la misma audiencia, al menos en Chile, y a medida que

Católica con Canal 13, o quizás reducirse a su señal noticiosa, buscando informar verazmente en un mundo cargado de noticias falsas. Lo que no se puede hacer es seguir evadiendo la realidad, y mucho menos intentando financiarse con dineros de todos los chilenos que tienen usos mucho más rentables socialmente.