



Alicia Galindo: La guerra del “streaming” - ¿Qué tienen en común Twitter, Netflix y Youtube?

La guerra del streaming tiene fuertes competidores

ITESM / Alicia Galindo

mayo 23, 2022 | 6:56 am hrs

Hace algunos días todos supimos sobre las dificultades que Netflix reportó en función a su crecimiento sostenible. la plataforma sufrió un decrecimiento en sus suscriptores de 221.84 millones a 221.64 de un trimestre a otro. Desde la pandemia, esta fue la primera vez que la plataforma sufre pérdidas en sus adeptos, pero también el 19 de abril, reportó la terminación de sus operaciones en Rusia -derivado de la invasión a Ucrania- lo que le pegó fuertemente en a pérdida de 700,000 membresías pagadas. La competencia está fuerte aunado a presiones externas económicas entre las cuales puedo citar una inflación acelerada y persistente, altos costos en tasas de interés y un mercado laboral apenas en recuperación.

La guerra del streaming tiene fuertes competidores. Los más fuertes son Apple Tv+, Amazon Prime, Disney + y por su puesto Netflix. Pero estos no son los únicos. Existen otros gigantes en la industria que también están luchando -sin tanto problema- por una posición ganadora. Entre estos están HBOMax, Hulu, NBC y Warner Bross. Le siguen en la carrera Discovery+ y CNN+, que por cierto, este último, deslistó o canceló su canal a un mes de haberlo puesto al aire. ¿Cómo compiten o cómo se diferencian estas grandes casas productoras? Básicamente compiten con diferentes márgenes al ofrecer suscripciones de diferentes precios, contenido original – que por cierto hoy en día es sumamente valorado- y el potencial de ofrecer spots publicitarios para mantener su participación de mercado. **De acuerdo con un reporte del S&P Global Ratings**, este tipo de empresas gasta en promedio \$100 billones (de dólares) en contenido, producción y tecnología para mantenerse en la industria del streaming.

Y hablando de competencia, qué podemos decir de la noticia que sacudió el mercado de fusiones y adquisiciones este lunes 25 de abril. Sí, me refiero a la compra millonaria de Elon Musk sobre Twitter por aproximadamente 44,000 millones de dólares y con millones de usuarios entre ellos, líderes mundiales, activistas, artistas, políticos y en fin muchas personalidades que mueven el mundo de la información. Musk quien cuenta con más de 82 millones de seguidores, el hombre más rico del mundo planea revolucionar la plataforma para volverla más accesible y utilizarla para sacarle un mayor potencial al streaming en vivo según Forbes.

¿Hacia dónde va este mercado? Primero que nada, debemos de tomar en cuenta que el tamaño del mercado fue valuado, tan solo en el 2021, por \$59.14 billones de dólares y se espera que tenga un crecimiento anual compuesto (CAGR) de 21.3% del 2022 al 2030. La tecnología juega un rol fundamental en esta industria ya que innovaciones como el uso de blockchain y la inteligencia artificial (IA) son usadas para mejorar la calidad de los videos y mantener al espectador entretenido ofreciéndole opciones derivado de sus búsquedas anteriores. En otras palabras: la personalización de la experiencia de los suscriptores. También la IA ha sido de gran uso en la edición, cinematografía, doblajes y otros aspectos de reproducción videográfica. Todas estas innovaciones afectan de manera positiva el crecimiento del mercado. Quien más está en el juego: YouTube que definitivamente ha crecido considerablemente gracias al contenido en vivo de conciertos y eventos deportivos.