

Índice

Prólogo	17
Javier Olivares	
 Capítulo I. <i>See What's Next</i>: evolución del modelo de negocio de Netflix.....	23
1. Primera etapa (1997-2007): fundación de Netflix con el servicio de alquiler de DVD en línea.....	23
2. Segunda etapa (2007-2011): lanzamiento del servicio de suscripción de vídeo bajo demanda de Netflix	36
3. Tercera etapa (2011-2014): decisiones empresariales equivocadas. El Apocanetflix	43
Bibliografía.....	55
 Capítulo II. <i>To Be or Not to Be</i>: luces y sombras en el modelo de negocio de Netflix (2015-2018)	57
1. Espectacular revalorización bursátil.....	57
2. Evolución del número de suscriptores	60
3. Evolución de la cifra de ingresos	62
4. Porcentaje del tráfico en internet	63
5. Horas de visionado	64
6. Flujos de caja libre negativos	65
7. Pequeños márgenes operativos.....	66
8. Deuda a largo plazo.....	67
9. Obligaciones contraídas para la adquisición de contenido	68
10. Inversión en adquisición y producción original.....	69

11. Cortos beneficios	71
Bibliografía.....	73

Capítulo III. *Where's Netflix?: estrategia*

mutiplataforma	75
1. La distribución de Netflix mediante los dispositivos de electrónica de consumo	75
2. La distribución de Netflix mediante los operadores de telecomunicaciones.....	80
Bibliografía.....	85

Capítulo IV. Neutralidad de la red y Netflix: el problema

del transporte gratuito de los bits	87
1. Netflix es un servicio OTT	87
2. El principio de la neutralidad de la red y Netflix	88
3. La cuestión de los acuerdos de interconexión de Netflix.....	95
4. Netflix y Comcast: Modelo <i>frenemy</i> en la distribución de un servicio OTT	97
5. La red de suministro de contenidos (CDN) de Netflix: Open Connect.....	104
Bibliografía.....	108

Capítulo V. *Made in Netflix: producción original*.....

1. Red Envelop Entertainment	109
2. Empezar a construir una audiencia.....	110
3. Nuevo modelo de producción original	113
4. La utilización del <i>big data</i>	115
5. El dato desconocido de la audiencia	117
6. El éxito de la producción original	118
7. Dimensión de la producción original	123

8. Vocación global	124
Bibliografía.....	126
Capítulo VI. <i>Global TV</i>: expansión internacional de Netflix	127
1. Canadá (2010).....	128
2. Latinoamérica y Brasil y Caribe (2011).....	131
3. Expansión europea de Netflix en cuatro fases (2012-2014)	134
4. Oceanía (2015).....	150
5. Netflix se convierte en televisión mundial (2016).....	150
Capítulo VII. <i>Winner of Moments of Truth</i>: la competencia de Netflix	155
1. Amazon Prime Video.....	155
2. HBO.....	159
3. Hulu.....	164
4. Competidores diversos.....	167
Capítulo VIII. <i>Brand of the Year</i>: Netflix es una marca global	169
1. Valor de marca.....	169
2. Marca del año	171
Bibliografía.....	174
Capítulo IX. <i>Disruptive innovation</i>: la estrategia disruptiva de netflix	175
1. Teoría de la innovación disruptiva	175
2. <i>Big data</i> y algoritmos personalizados en Netflix.....	178
3. El sistema de recomendación personal de contenidos de Netflix.....	180

4. Fenómeno del visionado <i>binge-watching</i>	187
5. Estrenos simultáneos de filmes en salas cinematográficas y en Netflix.....	193
Bibliografía.....	199
Capítulo X. Netflix, Olé: Netflix en España	201
1. Rueda de prensa de presentación en Madrid	201
2. Reed Hastings en el Mobile World Congress en Barcelona.....	204
3. Acuerdos de distribución prioritaria con Proveedores de Servicios de Internet (ISP).....	206
4. Índice de velocidades ISP para Netflix en España.....	211
5. Producción original de Netflix en España.....	213
5.1. <i>7 años</i>	213
5.2. <i>Las chicas del cable</i>	214
5.3. <i>Fe de etarras</i>	215
5.4. <i>Paquita Salas</i> (Segunda Temporada).....	215
5.5. <i>Élite</i>	216
5.6. <i>Las niñas de Alcàsser</i>	216
5.7. <i>Hache</i>	217
5.8. <i>Alta mar</i>	217
5.9. <i>Sky rojo</i>	217
5.10. <i>White Lines</i>	218
5.11. <i>La casa de papel</i>	218
5.12. <i>El Ministerio del Tiempo</i> (Tercera temporada)	219
5.13. <i>La catedral del mar</i>	220
5.14. <i>Elisa y Marcela</i>	220
5.15. <i>Diecisiete</i>	220
6. Netflix entra en el IPC.....	221
7. Penetración de Netflix en España según CNMC.....	222

8. Netflix establece en Madrid su primera sede de producción en Europa.....	224
Bibliografía.....	225

Capítulo XI. Manifiesto *Long-Term View*: vectores

de futuro de Netflix	227
1. Aplicaciones de la televisión por internet.....	229
2. Content People Love.....	232
3. El foco de la actividad de Netflix.....	235
4. Competencia	236
5. Relaciones con los ISP y MVPD.....	239
6. Los márgenes estructurales y el crecimiento de Netflix.....	241
7. Global.....	243
8. Conclusiones.....	245
Bibliografía.....	246

Capítulo XII. *An Empire Has Been Born*: Conclusiones...

247