

UNIVERSIDA DEL SURESTE CAMPUS OCOSINGO

MATERIA: DERECHO MERCANTIL

NOBRE DEL TRABAJO: LA VERDADERA RAZÓN DE LA QUIEBRA DE BLOCKBUSTER

NOBRE DEL PROFESOR: CRISTIAN DAVID CORTES BERMUDEZ

NOMBRE DEL ALUMNO: DENILSON MARTIN LOPEZ LOPEZ

CARRERA: CONTADURÍA PÚBLICA

la verdadera razón de la quiebra de Blockbuster



Blockbuster LLC, conocida como **Blockbuster Video**, fue una franquicia estadounidense de videoclubes, especializada en alquiler de cine y videojuegos a través de tiendas físicas, servicios por correo y video bajo demanda. Fue fundada en 1985 por David Cook, tuvo un gran crecimiento en los años 1990, y tras ser adquirida por Viacom llegó a controlar el 25% de la cuota de mercado mundial de videoclubes. En 2004 contaba con más de 9000 establecimientos a nivel mundial.



Hace apenas 11 años, Blockbuster facturaba \$ 5.29 mil millones. Tenía más de 8.500 tiendas abiertas en 29 países, lo que le convertían en uno de los 10 retailers con más tiendas en el mundo. Estas tienda crecían sus ventas al 6.4% año tras año en la misma tienda.



Hace 17 años, sólo en Estados Unidos, 48 millones de personas eran socios de Blockbuster. 85 mil personas trabajaban en Blockbuster.

Cabe aclararHace más de tres décadas, en 1985, se abrió la primera tienda de alquiler de videos Blockbuster, en Dallas, Texas. Hasta ese momento los videoclubs que existían tenían pocos títulos y no se puede decir que tuvieran muchas novedades. Blockbuster abrió esa tienda y lo cambió todo: tenía unas 8,000 cintas . Fue un éxito: Blockbuster se expandió rápidamente, y se convirtió en el retailer más grande de su sector.

3 años después de su fundación, con más de 250 tiendas, en 1988 compró Major Video Corporation, su principal competidor, en un canje de acciones valorado en alrededor de \$ 56 millones. Pasaron a ser la segunda cadena de alquiler de videos más grande del país. Fue entonces cuando se produjo una de la bravuconadas más interesantes de la historia del retail: Blockbuster anunció que abriría una nueva tienda cada 40 horas, en los próximos años, con lo que a finales de ese año pasaría a Video Nacional, líder del sector en ese momento.



Blockbuster fue fundada por **David Cook**, quien anteriormente era propietario de un negocio que proporcionaba servicios de software para la industria del petróleo y el gas en Texas, entre otras.



Blockbuster, empezó a acercar sus tiendas a los clientes: abrió en barrios residenciales, y sobre todo en centros comerciales. En sus tiendas ya había unas 10,000 cintas de media, con unos 6.500 títulos, en comparación con las 1,500 a 2,500 cintas de media que tenían sus competidores. Aparte Blockbuster segmentó más que nadie, y creó 30 categorías diferentes de películas (hasta incluso abrió una categoría llamada “Le Bad”, a la cual describió como la que incluía las cintas tan espantosas que nadie querría verlas; y que, por supuesto, tuvo gran éxito). Esa estrategia de amplio inventario le permitió a Blockbuster cobrar \$ 3 por un alquiler. En la línea media de precios del mercado, pero sin embargo añadió muchos “valores añadidos” que no ofrecían sus competidores. Por ejemplo, permitió a los clientes guardas la cinta durante tres noches, en lugar de la única noche permitida en la mayoría de los lugares.

lockbusters tenían de ingreso promedio unos \$ 70,000 al mes y con un margen medio de casi el 26 por ciento. Blockbuster se convirtió en el McDonalds de la venta y alquiler de videos. Se convirtió en una estrella de los ferias de franquicias: para iniciar un Blockbuster, se requería una inversión de alrededor de medio millón de la época.

Luego, llegó 1997, y se fundó Netflix, y Blockbuster era el más grande, pero cometió el error mortal que muchos retailers han hecho: creyó que los clientes habían llegado para quedarse. y los clientes nunca llegan para quedarse de por vida.



Es mucho mejor estar en tu casa acostado, prender la televisión y ver el programa que quieras en lugar de hacer el esfuerzo de vestirte, trasladarte a una plaza comercial bajo el calor del sol, entrar a un Blockbuster, elegir tu película, pagarla, regresar a tu casa otra vez con calor y sentarte a verla.

Todos preferimos y elegiremos siempre hacer una cantidad de esfuerzo mucho menor a un esfuerzo superior.

Sin embargo, la disrupción digital que cambió por completo el destino de una industria como lo hizo Netflix entregando películas y series directamente en tu televisión, no es ni cerca, la razón de la bancarrota de Blockbuster.



Tampoco lo mató Internet y poco tiene que ver la decisión por parte de Blockbuster de no comprar la plataforma un par de años antes.

La única y verdadera razón de su desaparición fue la de darse por vencidos.

Por lo tanto, en seis años Netflix no tenía ni la mitad del dinero que llegó a tener Blockbuster.

Lo que mató a Blockbuster fue la pistola que él mismo se puso en la cabeza, por perder la confianza en sí mismo y por dejar de ser perseverante.

