



JULIO CASTRO

Roku se apoya en el boom del streaming televisivo para seguir creciendo en Chile

■ La firma de reproductores de aplicaciones de *streaming* está en más de 90 millones de hogares en el mundo y ya cuenta con sobre el 50% de participación en el mercado local de esta tecnología.

POR BLANCA DULANTO

La forma de ver televisión hace años que viene mutando. Desde la irrupción de las grandes plataformas de *streaming*, las audiencias han adoptado nuevos hábitos y fue así como los televisores fueron transformándose en *smart*, lo que les permitía traer con ellos aplicaciones como Netflix, Prime,

Disney+ y HBO Max.

Es bajo este escenario que Roku ha ido ganando terreno tanto a nivel global como local.

La firma estadounidense, fundada por Anthony Wood, creó hace casi 20 años un sistema operativo reproductor de *streaming*, en un minuto en que los videos aún se consumían bajo un formato físico.

A juicio de los responsables del

negocio Roku en Latinoamérica –a excepción de México y Brasil–, Wood fue un visionario, supo que a futuro todo iba a ser a través de internet, cuando todavía no existía la palabra *streaming*.

En conversación con **Diario Financiero**, el gerente de Desarrollo de Negocios de Roku para Latinoamérica, Benjamín Garnica, y el gerente de Marketing para la región,

Juan Pablo Caruso, señalaron que “hoy en día Roku es un monstruo, estamos hablando de una empresa que está en más de 90 millones de hogares”.

Indicaron que “en torno a la mitad de los hogares de Estados Unidos tienen ya nuestro sistema operativo” y sostuvieron que han ido creciendo aceleradamente en otras partes del mundo. “Nosotros estamos hoy en América y Europa –específicamente en el Reino Unido y en Alemania– y solamente estando en estos lugares estamos hablando de 90 millones de hogares, donde en promedio están usando nuestra plataforma cuatro horas por día en cada hogar”, dijeron en la empresa.

Sistema operativo

De acuerdo a los ejecutivos, su sistema operativo estuvo desde sus inicios 100% pensando en televisión, en cualquiera de sus formatos. En ese sentido, explicaron que el éxito de su “cerebro de televisores” se debe a su constante actualización.

“Cuando la televisión se hace más antigua, su sistema operativo deja de actualizarse y las aplicaciones dejan de funcionar. No vamos a mencionar

marcas, pero muchas de ellas dicen que hay televisores del 2023 hacia atrás que ya no se actualizan, y con eso te están diciendo, de una forma poco *polite*, ‘cambia tu televisor’”, explicó Garnica.

“Nosotros continuamente nos actualizamos. Da lo mismo si te compraste tu televisor hoy o te lo compraste hace una década, vas a tener todas las funciones”, agregó.

En esa línea, Caruso sostuvo que “nadie cambia el televisor cada cuatro años” y explicó que “la tendencia de cambio de televisores, en promedio, es de 10 años. Esto sumado a que en Latinoamérica nadie bota el televisor”.

“Nuestra propuesta de valor es jamás dejar de actualizarnos. Nos rentabilizamos en la plataforma del sistema operativo, nuestro negocio al final no es vender los dispositivos. Entonces que se deje actualizar, es que perdamos usuarios”, aseguró.

Y agregó: “El *streaming* llegó en torno al 80% de los televisores de EEUU, por lo que la tendencia de las personas es el *streaming* como su forma de ver televisión. Entonces, cada vez hay menos posibilidades de que vaya a cambiar el televisor porque no me está funcionando una aplicación, si no que le doy una nueva vida a esa TV”.

Crecer en Chile

De acuerdo a los ejecutivos de Roku, el sistema operativo es el número uno en EEUU, México y Canadá, pero la idea ahora es seguir creciendo en estas latitudes.

En América Latina están en 10 países, pero hoy no están centrados en crecer en cantidad de naciones, sino que están enfocados en los países clave, “y ahí entra Chile”, aseguraron. “Entramos al mercado en el año 2017 y hoy podemos decir que somos líderes en el mercado local, tenemos más de 50% en participación”, sostuvo el gerente de Marketing.

Chile es, a su juicio, uno de sus “mercados foco”, debido a que “está mucho más desarrollado a nivel tecnológico, tiene la mejor red de internet de toda América y es un país donde el *streaming* se ha posicionado cada vez más y tiene mucha importancia”. Y puntualizó “en Chile tenemos un conocimiento de marca que es muy alto. La gente cada vez conoce más la marca, la usa y le gusta. Entonces, ahí está puesto nuestro foco”.