

Empresa: “Netflix: Innovación, tenacidad y perseverancia”

Autor: Sofía Alvarado Carmen

Publicado: 28/04/2018*

La mayoría de las ideas empresariales sonarán locas, tontas y antieconómicas, y luego resultarán ser correctas...” REED HASTINGS.

La forma en cómo nos acercamos al entretenimiento está en constante dinamismo. Y esto es algo a lo que la plataforma mundial de Netflix no ha sido ajena. De hecho, su increíble ascenso se debe en gran parte a la capacidad que ha tenido esta empresa para mantenerse a la vanguardia, de tal manera manteniendo satisfechas las exigencias de sus clientes. A finales del siglo pasado, el referente era la televisión. Luego llegó la masificación del internet, que empezó desde los primeros años de este siglo. En ese sentido era muy predecible que fuera el internet, por su fuerza, el responsable de crear las nuevas formas de entretenimiento que usamos ahora. Las redes sociales y Youtube son sólo algunas muestras de ello. Y en esa misma lista está la popular plataforma de streaming de Netflix.

Netflix es un software de streaming que permite ver al instante el contenido, a través de cualquier dispositivo conectado a Internet. El software puede variar según el dispositivo y medio, y la funcionalidad también puede diferir entre los dispositivos. Por ejemplo, este software puede ser integrado en un dispositivo smart Netflix o se puede ofrecer este software como una aplicación para ser descargado en un dispositivo como el iPad de Apple. La velocidad de conexión mínima requerida es de 0,5 megabits por segundo, pero es posible que desee una conexión más rápida para mejorar la calidad de vídeo.

Con millones de suscriptores en más de 50 países en el mundo y alrededor de 125 millones de horas de contenidos en streaming todos los días, Netflix se ha convertido en el líder mundial del entretenimiento online. Y como cualquier imperio mediático, tiene una historia por contar.

En 1991, Hastings fundó Pure Software, una compañía tecnológica especializada en eliminar los errores de programación conocidos como “bichos”. En 1995, la empresa comenzó a cotizar en el mercado de acciones y, un año más tarde, se fusionó con Atria. Fue en Pure Atria, la nueva compañía, que Reed Hastings conoció a Marc Randolph, el otro fundador de Netflix.

Pure Atria vivió una nueva adquisición en 1996, esta vez fue comprada por Rational Software. La operación dejó a Hastings y a Randolph sin empleo, pero con mucho tiempo en sus manos para barajar ideas de negocios entre ellos. Una de esas ideas fue un servicio de renta de películas por correo.

A Reed Hastings se le ocurrió la creación de una empresa que envíe DVD a domicilio cuando alquiló la película Apollo 13 en un local de Blockbuster y no pudo devolverla, ya que la había perdido. De este modo, Hastings debió ir al local y abonar una penalidad de 40 dólares, lo que le generó cierta vergüenza y lo motivó a pensar cómo cambiar el mercado.

"Entonces empecé a investigar la idea de crear un negocio de alquiler de películas por correo. No sabía nada sobre DVD y entonces un amigo me dijo que esta tecnología estaba llegando. Corrí a un Tower Records de Santa Cruz, California, y me envié algunos CD a mí mismo: solo el disco en un sobre. Pasaron 24 horas hasta que el correo volvió a mi casa, lo abrí y todo estaba en perfecto estado. Ese fue el mayor punto de emoción", recordó el ejecutivo a la revista Fortune.

El 29 de agosto de 1997, la compañía se constituyó por Marc Randolph y Reed Hastings, y se estableció en el estado de Delaware, EE.UU., bajo el nombre de Kibble, que luego mutó a NetFlix.com y, finalmente, solo Netflix.

Netflix no alcanzó un éxito inmediato, al principio los clientes pagaban por cada DVD que alquilaban como el conocido videoclub Blockbuster, empresa líder que operaba con miles de videoclubes en todo el mundo. Reed, comenzó a ofrecer suscripciones que permitían alquileres inmediatos y aun así los clientes se llegaban a quejar de que pasaba mucho tiempo entre el momento de elegir una película online y el tiempo en poder disfrutarla.

Reed llegó a organizar una reunión con Blockbuster para negociar sobre una posible distribución local y una satisfacción más rápida hacia los pedidos de los clientes, pero Blockbuster se negó a dicha negociación y los rechazaron. En el año 2000, Blockbuster tuvo la oportunidad de comprar Netflix por 50 millones de dólares, pero en ese entonces, el gigante de las rentas de películas declinó la oferta. Esta decisión resultaría fatal para Blockbuster que, en los siguientes años, libraría una batalla con Netflix, cuyo desenlace sería su desaparición.

Marc Randolph dejó la compañía en 2002 y Hastings se convirtió en el CEO de la misma. Un año después Netflix registró su primera ganancia con 6,5 millones de dólares y 272 millones de dólares de facturación.

En 2007, Netflix anunció su plataforma de streaming bajo demanda, un brazo de la empresa que sentaría las bases para su éxito posterior. En 2010, la compañía de Hastings comenzó una operación de expansión masiva al ofrecer su servicio en Canadá. El año siguiente, la expansión sería a todo el continente americano. En los siguientes años, Netflix lograría abarcar casi todo el mundo.

¿Cómo se evitó la competencia?

Una de las claves del éxito de Netflix es que, como servicio, habría sido imitado rápidamente por la competencia, quienes podrían comprar fácilmente los derechos para distribuir material. Por ello, con la posición única de conocer de primera mano los gustos y preferencias de sus usuarios, en 2013 Netflix se lanzó a la aventura de producir sus propios contenidos, empezando con la laureada serie de televisión House of Cards, protagonizada por dos pesos pesados de Hollywood: el actor Kevin Spacey y el director David Fischer. Los conquistó al ofrecerles un contrato por dos temporadas, algo infrecuente en el sector.

***Artículo publicado el 28/04/2018**