

Cofundador revela que éxito de Netflix surgió de casualidad en un grupo focal

Mitch Lowe, uno de los cocreadores de **Netflix**, reveló este miércoles que el éxito de la empresa líder en video bajo demanda se debió a un comentario que escucharon, por casualidad, cuando un joven salía de un grupo de enfoque.

Ese detalle fue el detonante para que los fundadores de la empresa se concentraran en lo que realmente era importante: la velocidad de entrega.

Según Lowe, en ese entonces, finales de la década de los años 90, Netflix aún entregaba sus películas en DVD de manera física, lo que hacía que el proceso tardara hasta tres días. Justo en ese momento una empresa les ofreció 25.000.000 de dólares para poder fijar publicidad en los sobres que contenían los discos.

“Al terminar un ‘focus group’ un joven se iba mientras decía: ‘cuando pedí la película quería una comedia, pero tres días después cuando la recibí quería ver un drama’”, contó Mitch.

“Nos dimos cuenta que la velocidad era lo importante, dejamos de pensar en la publicidad y todo se enfocó en la velocidad de entrega”, añadió.

Ante las 2.000 personas que acudieron al Foro Go 3 en la ciudad de León, en el estado mexicano de Guanajuato, centro de México, Lowe, también expresidente de Redbox y CEO de **MoviePass**, dijo que cuando fundó Netflix le dijeron que enviar los DVD era una “pésima idea”.

Una vez que el negocio se puso en marcha, y tras el grupo focal

en el
que fortuitamente escucharon el comentario revelador, la
compañía
multiplicó los puntos de entrega para reducir los tiempos a un
día.

“Sabíamos que algo venía”, dijo Mitch. Se refería a internet:
“En 1998 era impensable ver videos a través de **internet**, pero
sabíamos que estaba evolucionando rápidamente”.

“Tomó 10 años para que pasáramos de enviar los DVD al servicio
de
streaming (lanzado en 2008)”, dijo. Para ser innovador, agregó,
se
necesita un gran equipo y mucha perseverancia.

Aconsejó a las empresas nacientes que apuestan a la innovación
realizar alianzas estratégicas que les permita sortear el embate
de
grandes compañías que se verán amenazadas, justo como le ocurrió
a
Netflix.

“Los grandes estudios estaban aterrados porque pensaban que
Netflix
sería exitosa, y tenían razón: Netflix se convirtió en un
estudio capaz
de competir con Disney y Fox, entre otros, pero ellos hicieron
todo para
evitar que el negocio fuera exitoso, y hoy eso es historia
antigua”,
contó.

Tras dejar Netflix en 2003, Lowe contó que se unió a Redbox, una
empresa que distribuye y renta películas en kioscos, casi como
cajeros
automáticos, en un modelo que también resultó innovador logrando
un
crecimiento exponencial.

El Foro Go 3 es un encuentro de innovación que busca fomentar la
competitividad de las empresas y detonar su capacidad
exportadora, y se
desarrolla el 14 y 15 de agosto en Guanajuato.