

Marc Randolph

Cofundador de Netflix, inversionista en startups



Marc Randolph, cofundador de Netflix, es hoy en día un feliz mentor e inversionista en startups de tecnología. Tras dejar su puesto en la empresa de contenidos de entretenimiento, que hoy está valuada en más de 30,000 millones de dólares, Randolph ha iniciado 12 startups exitosas.

“LO QUE BUSCO NO ES UNA IDEA BRILLANTE”



REGINA REYES-HEROLES C.

El inicio de Netflix se basó en un formato innovador. ¿Esta la clave de la sobrevivencia en Silicon Valley?

Si los negocios no pueden cambiar rápido, están en grandes aprietos. Toda industria que se pensaba inmune, ahora lo acepta. Creo que todas las compañías se vuelven mejores al fomentar la innovación en todos los niveles. Netflix no es diferente, en esa época, no era necesaria una gran innovación tecnológica para hacer lo que hicimos. Nos dimos cuenta de que el proceso de la renta de videos tenía muchas fallas. En Estados Unidos (EU) era un negocio, pero las personas lo odiaban. Esa fue nuestra puerta para entrar.

Una de las cosas interesantes fue que la idea que tienes sobre la compañía al principio, nunca es en lo que al final se convierte la compañía. Al inicio no puedes ver el problema lo suficientemente bien, crees que sí, pero no. Tienes que tomar tu primera idea, sacarla al mundo y esperar a ver qué es lo que sucede. Allí es donde aprendes.

¿Esos son los buenos emprendedores?

Los buenos emprendedores no son los que llegan con una sola buena idea, son las personas que llegan a tener una gran habilidad para cambiar de dirección continuamente. Son los que a medida que encuentran nueva información y descubren qué es lo que funciona y qué no, o qué quieren o no quieren los clientes, actúan. Ese proceso de innovación nunca para.

En Netflix entendieron al cliente, ¿en eso radicó el éxito?

Pudimos resolver un primer problema; y luego estaba la comodidad de enviar el DVD por correo, pero ahí estaba el siguiente problema, si querías una película tenías que esperar. Esa fue la transición al streaming. El problema era que nadie sabía cuándo Hollywood iba a estar listo para dar las licencias de su contenido para ese formato, así

que el verdadero reto para Netflix era cómo hacer un negocio relevante cuando el cliente recibe sus películas en DVD o de otra manera. Esa fue una de las cosas en las que tuvimos éxito, construir una compañía que era agnóstica en la forma de entrega. No nos importaba si decidías recibir tus películas en DVD o streaming, en Netflix hay grandes cosas que ver y ese fue el avance.

¿Buscas eso en las startups en las que inviertes?

Cuando dejé Netflix, hace 10 años, me di cuenta de que no quería iniciar una séptima compañía, pero cuando eres emprendedor siempre eres emprendedor. Invertir en compañías ajenas me permite sentarme en una mesa y resolver problemas muy interesantes con personas muy inteligentes. Lo que busco no es una brillante idea, lo que me pregunto es ¿tengo la sospecha de que estas personas tienen lo que se necesita para ser un buen emprendedor? ¿Escuchan? ¿Son inteligentes? ¿Son flexibles? ¿Son innovadores? ¿Son persistentes? 99% del tiempo me enfoco en quiénes son, y el otro 1% es la idea. Porque como dije antes, cualquiera que sea la idea que me presenten, no va a ser la idea con la que terminen. Entonces, si voy a pasar mucho tiempo con las personas, ayudándoles, trabajando en horas difíciles algunas veces, me tienen que agradecer, y por tanto escogo personas con las que me gusta pasar el tiempo.

¿Cómo es tu proceso de escoger en quién invertirás?


Es muy parecido a empezar a salir con alguien. Digo, tienes una primera cita y piensas “bueno, esto es interesante, pero no estoy seguro de que me quiera casar”. En un periodo de semanas o meses, empiezas a conocer a alguien razonablemente bien y entonces piensas “sí, esto funciona”. Un emprendedor suele tener mucha confianza en sí mismo, porque todo el mundo te dice que tu idea es mala. Por eso busco gente que sepa escuchar. Y me toma tiempo, pero eso es lo que busco. 

Foto: Cortesía High Point University