

Netflix: ¿encajaría su cultura en tu empresa?

Libertad, responsabilidad y alto rendimiento son los pilares del modelo de gestión de Netflix. Pero ¿puede funcionar este enfoque en otras organizaciones?



19 de mayo de 2025

Por [Yih-Teen Lee](#)

En 1997, Netflix era simplemente una empresa de alquiler de DVD, que repartía por los buzones de sus clientes en llamativos sobres rojos. Hoy, con más de 300 millones de suscriptores en todo el mundo –y ya sin ningún sobre– ha encabezado la revolución del *streaming*, transformando la manera en que consumimos el cine y la televisión y cambiando la industria por completo. ¿Cómo lo ha conseguido?

Según su propio fundador, Reed Hastings, gracias a la peculiar cultura de Netflix. Uno de los

pilares fundamentales de esta cultura es la ausencia de una estructura jerárquica de toma de decisiones. En lugar de limitar a los empleados con un montón de reglas y procedimientos, Netflix confía en que gestionen su propio tiempo y tomen todas las decisiones que consideren importantes sin pedir permiso a nadie (aunque sí consejo).

No hay reglas, pero sí responsabilidad. En Netflix, los estándares de rendimiento son extremadamente altos. La empresa se concibe a sí misma como un equipo deportivo de alto rendimiento: aquellos que no alcanzan las mejores posiciones son rápidamente despedidos con una generosa indemnización. Este enfoque asegura que solo los mejores permanecen en el equipo.

Encajar en esta cultura no es fácil. En su libro *Aquí no hay reglas*, Hastings describe la cultura de absoluta transparencia que define a Netflix. En la empresa, se espera que cualquiera, antes de tomar una decisión, escuche a todo aquel que pueda aportar algo relevante, y que exprese su opinión de manera abierta y directa. Incluso cuando alguien comete errores, debe reconocerlos públicamente y analizar las razones que le llevaron a ese fallo. Toda esta libertad de acción no solo está orientada a aumentar el bienestar de los empleados y su satisfacción laboral, sino que también busca estimular la creatividad y la innovación, cualidades cruciales en una industria en constante cambio.

En lugar de imponer procesos o una supervisión rígida, los directivos de Netflix guían a sus empleados a través de lo que llaman “contexto”: una visión clara de los objetivos de la compañía, su situación actual y la del mercado. Con esta información, se espera que los empleados tomen decisiones por sí mismos, siempre alineadas con los intereses de la empresa. Este enfoque fomenta su autonomía, confiando en que están lo suficientemente capacitados para actuar de manera que beneficie a la marca.

Muchas veces, cuando mis alumnos debaten la cultura de Netflix, la reacción es la misma: “Esto jamás funcionaría en mi empresa. Si hacemos eso sería un caos”. Puede que sea cierto: la cultura de Netflix no está diseñada para todos, está pensada para Netflix.

Este es el principal aprendizaje: cada empresa debe desarrollar una cultura que se ajuste a su identidad, mercado, necesidades y metas. Netflix ha demostrado que una cultura organizacional coherente y bien diseñada puede convertirse en una poderosa ventaja competitiva. Así pues, ¿cuál es la mejor cultura para tu organización?

+INFO:

El caso de estudio “Netflix: liderando con una cultura corporativa única” está disponible en [IESE Publishing](#).

Una versión de esta columna se publicó originalmente en *El Español* bajo el título “[Cómo la cultura de Netflix ha revolucionado la industria del entretenimiento](#)” (23 de febrero de 2025). También aparece en nuestra nueva publicación anual *Insight for Global Leaders N° 1 (2025)*.



Yih-Teen Lee

Profesor de Dirección de Personas en las Organizaciones y director académico de la [Unidad de Coaching](#) del IESE.

www.iese.edu/es/insight