

INTERNET 2.0

De idea a millones, cada vez más rápido

La venta de YouTube a Google en US\$ 1.650 millones, a poco más de un año de su nacimiento, vuelve a poner en evidencia el valor que tiene una buena idea en el mundo de Internet. Los nuevos

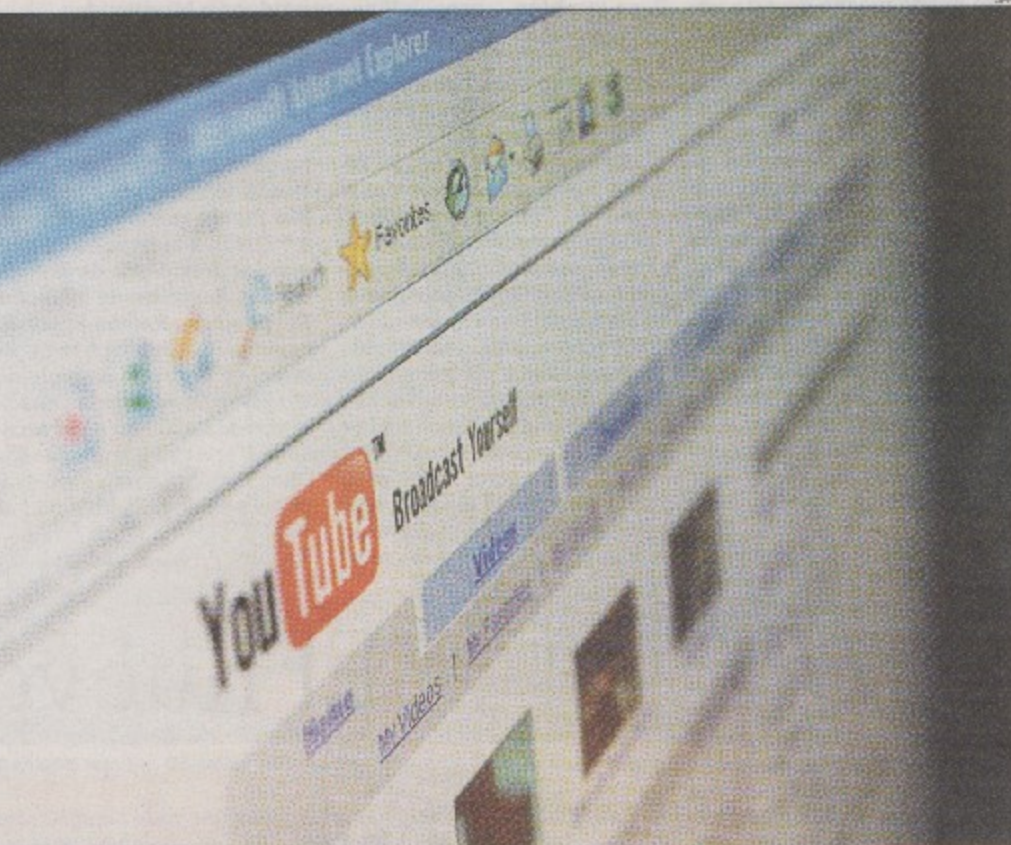
proyectos on line cada día tardan menos tiempo en convertirse en negocios multimillonarios, si se los compara con las compañías de tecnología tradicionales, que necesitaron décadas para facturar

sumas similares. Este aceleramiento reavivó el temor por la vuelta de la burbuja de las ".com" de los 90. La llegada de la segunda ola de Internet ya está revolucionando la forma de hacer negocios.

LUCAS MORANDO

Una vez más, la historia se repitió. Dos jóvenes de menos de 30 años que tuvieron una buena idea y la llevaron a la Web acababan de convertirse en multimillonarios. Chad Hurley y Steve Chen vendieron YouTube.com, el sitio más conocido para publicar videos on line, en US\$ 1.650 millones a Google, el nuevo rey de los e-business.

Como si se tratara de la resurrección de los años dorados de Internet de los noventa, los proyectos que se conciben para el mundo virtual tardan cada día menos en convertirse en grandes negocios. Por ejemplo, el año pasado MySpace.com se vendió en US\$ 580 millones a News Corp. (los dueños de FOX y DirectTV), dos años después de haber sido fundado. Igual que Skype, el servicio para hablar por teléfono a través de la PC, que fue adquirido por Ebay en US\$ 2.600 millones a dos años de su nacimiento. Lo más llamativo es que todas estas megacompras se hicieron antes de que los proyectos generaran beneficios económicos a sus hacedores.



SORPRESA Y MEDIA. Chad Hurley y Steve Chen vendieron YouTube y se hicieron millonarios en horas.

Ideas millonarias. "Cada día más, las buenas ideas en tecnología se vuelven muy redituables en poco tiempo", confirmó Alejandro Bianchi, analista de Invertironline.com. Y explicó que las grandes compañías pagan miles de millones por ellas porque saben que pueden convertirse en un negocio que alcanza prácticamente a todo el planeta. "Se genera un mercado muy amplio, lo que les da posibilidades de obtener ingresos multimillonarios", destacó.

La compra de YouTube por parte de Google fue paradigmá-

tica. La empresa invirtió casi lo mismo que el gobierno argentino destinó en 2005 para todo el presupuesto de Educación.

Aunque lo más curioso fue que el buscador casi no tuvo que tocar sus cuentas en el banco. La compra se financió con la revalorización de sus acciones el mismo día de la operación. Al ganar US\$ 1.350 millones con la suba, la compra de YouTube "sólo" le costó US\$ 300 millones. Esta es otra gran ventaja que tienen los gigantes tecnológicos a la hora de absorber proyectos que prometen.

Varios analistas consultados por este diario coincidieron en que la razón del éxito casi inmediato que hoy tiene una buena idea se relaciona con la llegada y masificación de la "segunda etapa" de Internet, conocida como Web 2.0. Así, los proyectos que tienen como premisa relacionar personas (*social networking*), compartir contenidos o hacer más amigable la experiencia on line valen oro. "La mayoría de empresas o ideas que nacen en este sentido van a tener grandes posibilidades de ser muy exitosas", subrayó Alejandro Prince, presidente de la consultora Prince & Cooke.

Pero el crecimiento tan des-

medido en poco tiempo de los proyectos de la Web 2.0 (ver gráfico) volvió a resucitar la preocupación por la burbuja de las ".com".

"No creo que haya una nueva

Los proyectos virtuales tardan cada día menos en convertirse en grandes negocios

burbuja financiera porque hoy las empresas son mucho más cuidadosas y conservadoras", tranquilizó Juan Senin, especialista en nuevas tecnologías de

Accenture, y explicó que unos pocos casos aislados de ideas que se venden en millones no se comparan con lo que sucedía antes de 2000, cuando todas las ".com" estaban ampliamente sobrevaluadas.

En realidad, la batalla por el futuro de la Web y la búsqueda de ideas tan prometedoras como YouTube recién comienza. Hace tiempo que Yahoo! coquetea con la compra de Facebook, el otro gran sitio de *social networking* de los Estados Unidos. Trascendió que sus dueños recibieron una oferta por US\$ 1.000 millones. Pero dijeron que no. Saben, claro, que si esperan unos meses más esa suma podría duplicarse.

¿Burbuja 2.0?

Lo que a muchas compañías les costó años facturar, a los nuevos proyectos de la Web 2.0 les lleva pocos meses. (En millones de US\$)



Homenaje al garaje

Como un ejemplo más del "sueño americano", Chad Hurley y Steve Chen, de 27 y 29 años, cuentan que se "iluminaron" para crear YouTube en un reducido garaje californiano en las afueras de San Francisco. Lo mismo que les ocurrió a Bill Gates y Steve Ballmer, los creadores de Microsoft; y a Sergey Brin y Larry Page, los fundadores de Google.

Estos últimos no se olvidaron de su origen, y esta semana

su empresa anunció que compró el famoso garaje que le alquilaban a Susan Wojcicki por US\$ 1.700 al mes. La adquisición incluye casa y jardín. Si bien

no trascendió cuánto pagaron por la propiedad, es probable que el desembolso haya sido menor a los US\$ 1.650 millones que les costó YouTube.



GOOGLE. Compró el lugar en el que nació.