Internet els feu cibermillonaris

Autor:
Data de publicació: 28-10-2000

Es van acabar les quinieles o la Primitiva. Les apostes que permeten assolir l'adjectiu d'arxipèlag són a la Xarxa. Fins fa un any ningú creia que la gran especulació financera creada al voltant d'Internet fos una bombolla econòmica.

Avui qualsevol s'atreveix a parlar de la fi de la mateixa. Els primers cibermillonaris espanyols saben molt bé de què estem parlant, d'això que bé es podria anomenar l'or digital.

A l'esquerra Antonio González-Barros (2.200 milions). Sense més estudis que la vida i el seu bagatge professional (amb una llarga experiència en el sector immobiliari), aquest home de 39 anys, nascut a Palamós, en plena costa brava, va decidir invertir tots els seus beneficis en un projecte de futur. Per a això va publicar un anunci al diari i d'allà va néixer el Grup Intercom, una empresa de solucions globals per a Internet creada amb poc més de 100 milions de pessetes el 1995. A principis d'aquest any van vendre el 50% de l'empresa per 22 vegades més a la britànica Cable and Wireless. Els anglesos no els van pagar en accions, com és habitual, sinó en metàl·lic comptant i sonant.
A la dreta Eudald Domenech (entre 10.000 i 17.000 milions). considerat el primer empresari d'Internet a Espanya, va fundar el seu imperi amb poc més de 10 milions de pessetes. Després de moltes vicissituds, aquest enginyer mecànic català de 39 anys que mai va exercir com a tal, creador del primer proveïdor d'accés a Internet que van conèixer molts usuaris d'aquest país, va decidir perdre la seva independència. Va buscar i va trobar el seu propi "cosí zumosol", com ell l'anomena. El portal a internet de Retevisión, EresMas, va pagar uns 14.000 milions de pessetes per la seva empresa, Telépolis, probablement l'últim gran portal independent que quedava a l'Internet espanyola.

Una bombolla és la denominació gràfica que reben els escenaris exageradament inflats. En el cas d'Internet es fa referència, com en tota bombolla financera, a un període durant el qual les valoracions de les empreses als mercats són molt superiors al seu valor real (el que demostren les xifres dels seus resultats i estats comptables) provocant una enorme especulació. A partir de 1995 van començar a sorgir els primers individus que van aprofitar la sobrevaloració de tot el punt. A Estats Units, Marc Andreessen amb Netscape (el primer navegador comercial de la Xarxa), Jerry Yang i David Filo amb Yahoo (el primer directori de continguts), Jeff Bezos amb Amazon (la primera gran botiga virtual), Steve Case amb America OnLine (el primer gran proveïdor d'accés a Internet) i un llarg etcètera van forjar a tota velocitat la llegenda del milionari fet gràcies a la Xarxa.

La llegenda va traspassar ràpidament el toll i l'anomenada bombolla d'Internet es va començar a enfilar també a Espanya a partir de 1995. El primer pioner és el català Eudald Domenech, flamant venedor del portal Telèpolis a EresMas per una quantitat que es mou entre els 10.000 i els 17.000millons de pessetes. Eudald no es va fer milionari de veritat fins fa escassos dies, però ha estat a la senda del ciberèxic des de la creació de Servicom, el primer proveïdor d'accés a Internet comercial a Espanya, en un llunyà 1994. S'ha arruïnat diverses vegades i ha sortit més que a flor de pell altres tantes.

Tot i que l'etiqueta de primer cibermillonari espanyol li correspon en sentit estricte a l'enginyer de telecomunicacions madrileny David del Val, qui l'agost de 1997, amb 27 anys, va vendre VXtreme -la companyia que ell i els seus tres socis havien fundat a Silicon Valley, Califòrnia- res menys que a Microsoft. L'empresa de Bill Gates estava buscant un sistema de compressió de vídeo competitiu per a Internet i va trobar a VXtreme una "relació qualitat/preu bona", en paraules de Del Val. Aquest i els seus socis es van embossar 10.000 milions de pessetes i se'n van anar a treballar a la seu de Microsoft a Seattle. El madrileny, que per tot luxe es va comprar una casa als pocs mesos d'instal·lar-se en aquesta ciutat, havia viatjat allà tres anys abans, nou casat, amb una beca de La Caixa sota el braç, que per cert va tornar.

Però el mercat no va començar a enlloc a Espanya fins al 1999. Els fundadors d'Arrakis, Luis Torrado i José Ignacio Rodríguez, es van desfer d'ell pels 2.600 milions de pessetes que, el gener d'aquell any, va pagar British Telecom. Arrakis, el que fos principal proveïdor espanyol d'accés a Internet en volum d'usuaris, el van crear aquests dos sevillans a partir d'un reciclatge del seu vell i ruïnós negoci d'informàtica. L'import de l'operació, que en aquells moments semblava molt elevat, va permetre als seus fundadors fer-se milionaris i retirar-se. "Hem suat fins a l'últim dur d'aquest preu", va afirmar Torrado abans de desaparèixer del sector.

Poc després, Álvaro Polo, creador d'una potent comunitat virtual anomenada CiudadFutura, va vendre el seu negoci per prop de 2.000 milions de pessetes a l'empresa llatinoamericana Yupi.com. CiudadFutura havia sorgit el 1996 de les ganes de Polo per publicar continguts a Internet. Per a això, aquest madrileny de 37 anys va muntar un petit equip de treball (la seva parella i un amic) per llançar els seus webs a Internet. Després d'invertir els seus propis recursos materials i molt d'esforç personal va aconseguir agrupar un miniejèrcit de col·laboradors voluntaris, clau de l'impuls i creixement de la seva comunitat virtual. Llicenciat en Ciències Físiques i humorista gràfic a estones, es va enfrascar en altres ciberprojectes relacionats amb les noves tecnologies i Internet a partir de la venda de CiudadFutura el 1999.

StarMedia, companyia afincada a Miami, va valorar a LatinRed, el gran èxit espanyol per al correu electrònic gratuït, en una quantitat bastant més espectacular, 70 milions de dòlars, uns 14.000 milions de pessetes. El seu fundador, Salvador Porté, va forjar un petit univers al seu voltant oferint els seus visitants, sempre de forma gratuïta, no només correu sinó també espai per a pàgines web, xat, postals i altres serveis típics d'Internet. Els usuaris llatinoamericans dels seus productes es compten per milions perquè, arran de la venda a StarMedia, LatinRed va augmentar el seu èxit. Això va permetre a Porté traslladar la seu de l'empresa de la de casa seva a unes oficines de veritat, on ocupa un despatx en unes àmplies i modernes instal·lacions en ple port antic de Barcelona, a Moll de la Fusta.

Santos Rodríguez (3.500 milions). Aquest salmantí de 43 anys, llicenciat en ciències químiques i radioaficionat, va liderar el 1999 el primer gran projecte de comerç electrònic que va veure la llum a l'Espanya, Equality, per al qual va aconseguir "aixecar" un capital de 3.500 milions de pessetes en un moment en què els inversors titubejaven quan se'ls posava davant un projecte "PUNTOcom". Convertit en un dels majors experts de comerç electrònic, li plovien propostes d'Estats Units i la Xina. Seva és la frase "no va a succeir res en els pròxims cent anys que sigui ni llunyanament comparable a l'impacte que va a tenir Internet en la societat".
Una mica abans es va produir una de les vendes més sonades de la Xarxa. El cercador Olé!, amb greus problemes financers, va ser adquirit pel seu màxim creditor, Telefónica. Aquesta va desemborsar 2.000 milions de pessetes i va fer multimillonaris de per vida als seus fundadors, en permetre'ls subrogar una petita quantitat d'accions de Terra, la filial de Telefónica per Internet que va sortir a Borsa als pocs mesos. La compra d'Olé! va simsoldre el desconcert i va derrotar que les grans operadores anaven a abocar a Internet i va generar una gran polèmica. Pep Vallès i els seus socis van guanyar més de 14.000 milions de pessetes al parquet el primer dia de cotització de Terra. Vallès, català de 33 anys i molt conegut en els cercles d'Internet, havia afirmat en nombroses ocasions que la seva empresa estava en números vermells, donant a entendre que la rendibilitat es veia, a més, llunyana. A la pregunta ¿durant quants anys vaig a perdre diners? va respondre: "Els menys possibles". Ningú va imaginar que anés a rescatar-los el seu principal creditor per fusionar-los amb el seu principal enemic, Terra, el portal propi que Telefónica estava gestant des de feia

mesos. El transfons tèrbol d'aquesta compra va escandalitzar el sector, i la desaparició, després de la venda, dels seus protagonistes va ser sonada. Telefónica va enviar (per a alguns va exiliar) a Vallès als EUA. Aquest pianista frustrat es va esfumar de la vida pública i d'Internet tan ràpid com havia aparegut, això sí, convertit de la nit al matí en milionari.

No és exagerat afirmar que la sortida a Borsa de Terra Networks va marcar un abans i un després a Espanya. L'efecte Terra va desatendre a finals de 1999 una epidèmia de ciberemprenedors sense precedents: la dels nous cercadors de l'or digital. Qualsevol podia ser el següent Pep Vallès, un noi amb pocs estudis, normal i corrent (abans de llançar Olé! treballava com a director comercial), però a qui havia somrigut la ciberfortuna. Així, mentre el procés de macroconcentració del sector es consolidava (bàsicament les grans operadores es zampaven a petits i mitjans proveïdors d'accés i de continguts), la bretxa de vendes d'empreses pure-Internet (nascudes per Internet) se succeïa i el capital risc, els inversors disposats a apostar pels emprenedors de la nova era, feien un tímid acte d'aparició.

Ritme vertiginós. Paral·lelament s'han produït altres vendes significatives com la d'InforChat a Ya.com o la d'Intercom a Cable And Wireless. InforChat, una tecnologia de xerrada en temps real creada pels germans Jesús i José García per al seu ús intern, s'ha convertit gairebé sense proposar-s'ho en l'eina més utilitzada pels principals portals espanyols. Jazztel va comprar la seva petita empresa per uns 2.800 milions de pessetes pagats en metàl·lic perquè els dos joves "no creien en les accions d'Internet". Els dos germans, sevillans de naixement, però madrilenys d'adopció, van deixar els seus estudis de Dret per bolcar-se a la seva empresa. Després de la compra, van passar a engrossir les files de Jazztel. No obstant això, no han resistit el ritme vertiginós del sector, segons fonts internes de Jazztel, i van abandonar als pocs mesos renunciant al seu percentatge d'accions de la companyia, les famoses estoc-options (les opcions sobre accions de la mateixa empresa que algunes companyies ofereixen als seus empleats com a incentiu laboral) i al suculent pèl·let de la venda de Ya.com que es va produir setmanes després de la seva marxa.
L'operadora britànica Cable and Wireless, per la seva banda, va adquirir al cap de poc el 50% del Grup Intercom en una negociació discreta i ràpida que ha passat pràcticament desapercebuda en el sector. Intercom, una empresa ubicada a la província de Barcelona, va sorgir el 1995 de la sinergia de dos homes, Antonio González-Barros, el gestor del tàndem, i Axel Serena, ànima màter de la idea, els qui curiosament van contactar a través d'un anunci en un diari. Després de la marxa de Serena, González-Barros va liderar en solitari aquesta empresa global que oferia des d'accés a Internet fins a solucions per a empreses i distribuïa un punyal de pioneres capçaleres de notícies per Internet. Després de la venda del 50% a Cable and Wireless, aquest empresari gens donat a espectacles va prosseguir amb l'altra meitat independent de la companyia, penjant projectes que poden permetre-li crear un altre petit imperi.

Després d'aquesta successió d'operacions i, especialment la sortida a Borsa de Terra Networks, les empreses per Internet s'han engendrat no ja com a experiències personals de pioners o aventurers, sinó com a projectes empresarials professionalitzats en cerca d'inversors de risc. Fa un any, Equaly, una nova firma de comerç electrònic liderada per Santos Rodríguez, va aconseguir aixecar 3.500 milions de pessetes per al seu projecte a Internet i va llançar dues ambicioses botigues virtuals, Alcoste.com i Diversia, que va ser la primera en costejar una campanya de publicitat al gran per televisió. A partir d'aquell moment, les incubadores d'Internet (empreses aglutinadores de capital risc per invertir en ciberprojectes) han començat a aparèixer amb bosses de capital cada vegada més sucs.

La bombolla d'Internet, no obstant, té la seva singularitat a Espanya. Tot i que també aquí totes les fortunes s'han fet en espècies (accions), tret d'escasses excepcions, l'escalfament del sector no s'ha produït per una sobrevaloració de les start-up (noves empreses) a la Borsa, com ha ocorregut amb les seves homòlogues nord-americanes. Això ha ocorregut per una sobrevaloració del seu preu al mercat que han permès que les grans operadores (com Telefónica, Retevisión, France Telecom, British Telecom, Deutsche Telekom, etcètera) o algunes empreses líders a Llatinoamèrica hagin pagat xifres desorbitades per un despatx en l'estudi d'un xalet, per un cercador en números vermells i aixecat amb recursos públics o pel talent concentrat en empreses minúscules amb nul·la facturació. En realitat, el que totes elles estarien venent seria el seu èxit en forma de visites d'usuaris. A Espanya, l'única sortida a Borsa que ha fabricat milionaris abans de l'any 2000 ha estat la de Terra. La resta de cibermillonaris s'ha fet venent el negoci al millor postor, i la majoria d'empreses de la nova economia no han començat a pensar a cotitzar fins a comprovar l'èxit de Terra. El crash borsari de la passada primavera va refredar de cop tots els ànims.

Les "puntcom". Si a mitjans de 1999 a Estats Units ja van començar a aixecar-se les primeres veus advertint de "la

imminent commoció" que esperava als mercats, al nostre país no s'ha començat a posar en dubte la lògica aberrant (per la combinació de tres elements insostenibles: inversions majúscules, despeses desmesurades i terminis de retorn del capital llunyaníssim) d'aquesta realitat fins aquest any. Les enormes fluctuacions de les borses tecnològiques conjugades amb les enormes pèrdues de moltes empreses puntcom van començar a esgotar la paciència dels mateixos agents interns i externs que havien reescalfat l'economia (els insiders abans comentats). A partir de la primavera negra del 2000 es va començar a parlar d'exigir a les empreses d'Internet quelcom tan tradicional i poc relacionat amb la nova economia (per cert, per a alguns aquesta nova economia no és més que un nou cicle) com és la rendibilitat. El refredament, però, només es va reflectir en els articles periodístics o en les actituds dels insiders perquè la inèrcia del mercat es va mostrar terriblement reescalfada fins avui.
Un dels exemples més espectaculars d'aquesta locura encara viva és la venda el passat mes de setembre de Ya.com (pertanyent a Jazztel) a T-OnLine (filial per a Internet de Deutsche Telekom) per 550 milions d'euros, uns 92.100 milions de pessetes. Sens dubte, una xifra desorbitada per a un simple portal de continguts d'Internet amb seriosos problemes per trobar ingressos que compensaren l'enorme sangria que li ocasionaven les seves despeses de producció. Tanmateix i excepcionalment, aquesta venda no és només una mostra de la sobreespeculació que encara ronda el sector (amb la venda, Jazztel va multiplicar per deu la inversió inicial realitzada en Ya.com), sinó també un exemple que no sempre guanyen uns pocs (o els mateixos). Gràcies a les opcions sobre accions, les 250 persones que conformaven la plantilla de Ya.com es van embossar amb la transacció uns 18.000 milions de pessetes. La bombolla s'estarà o no desinflant, però aquest final d'estiu encara generava dotzenes de nous cibermillonaris al nostre país.

Als llibres "The Internet Buble", d'Anthony B. i Michael C. Perkins (Ed. Harper Business, 1999) i "Cibermillonarios" (Ed. Planeta, 2000), de Núria Almiron. És possible contactar amb ella en http://www.nuria.es.org