

Por las condiciones, parece que el ciclo está por repetirse

¿Viene otra burbuja punto-com?

► En el 2001, cientos de empresas de internet quebraron cuando el crecimiento explosivo del mercado se reventó...

Brad Stone y Matt Richtel

SAN FRANCISCO.- Las matemáticas se empiezan a poner confusas otra vez en Silicon Valley.

Compañías de internet con nombres raros, escasos ingresos y pocos clientes están cotizadas a altos precios. Y los inversionistas, que aparentemente han olvidado el dolor de la primera caída de las punto-com, están mostrando síntomas de la condición conocida como "exuberancia irracional".

Como ejemplo está Facebook, la popular pero financieramente incierta red social, que está siendo valuada por los inversionistas hasta en 15 mil millones de dólares. Es caso la mitad del valor de Yahoo, una compañía con 38 veces la cantidad de empleados y, basados en estimaciones de los ingresos de Facebook, 32 veces más ingresos.

Google, que recientemente superó los 600 dólares por acción, ahora vale más que IBM, una compañía con ocho veces más ingresos.

En términos claros, las nuevas empresas de internet atraen inversiones en base a su capacidad de crear una audiencia, no de generar ingresos —la alquimia exacta que muchos dicen que provocó la inflación y posterior explosión de la burbuja de las punto-com.

El aumento en el valor estimado de algunas empresas nuevas ha sorprendido incluso a algunos empresarios que se están beneficiando de él.

Hace un año, Yahoo invirtió en Right Media, una compañía de Nueva York que desarrollaba una red de publicidad en línea. La inversión de Yahoo se hizo con base en un valor de la empresa de 200 millones de dólares. Seis meses después, cuando Yahoo adquirió por completo a Right Media, el precio de la empresa se había inflado a 850 millones de dólares.

¿Qué cambió? De acuerdo con el director de tecnología de Right Media, Brian O'Kelley, muy pocas cosas, excepto que los rivales de Yahoo, Microsoft y Google, estaban pagando miles de millones para comprar redes de publicidad en línea, y Yahoo pensó que necesitaba pagar cualquier precio para alcanzarlas.

"Tengo que decir que me reí de pura satisfacción", dijo O'Kelley, de 30 años, sobre el trato que le hizo ganar 25 millones de dólares. Él renunció a Right Media y está empezando una nueva empresa. "No es posible que hayamos cuadruplicado el valor de la compañía en seis meses."

La tendencia ha sido descrita como un regreso a la locura (por los escépticos) y como un enfoque racional a las oportunidades ilimitadas presentadas por internet (por los que están a favor). La avaricia, el miedo y una prisa desesperada por elegir al siguiente gran ganador son tendencias que le están echando leña al fuego que es la expansión de Silicon Valley.

"Definitivamente hay mucha gente que está apostando, y no es racional", dijo Tim O'Reilly, organizador de conferencias de tecnología y editor de libros.

O'Reilly es considerado como el creador de la frase "Web 2.0", que se refiere a una nueva generación de sitios web que impulsan a sus usuarios a contribuir material. Su evento de Web 2.0, que empieza el miércoles en San Francisco, se ha convertido en un centro focal para el optimismo que rodea a las nuevas herramientas con potencial para cambiar la sociedad. Pero eso no evita que O'Reilly se preocupe de que la industria está produciendo demasiadas empresas iguales, planes de negocios a medio cocinar y compras a precios desmedidos.

Cuando la burbuja inevitablemente revienta, dijo, "otra vez habrá muchas personas sin trabajo".

Valuar una empresa nueva siempre ha sido una mezcla de ciencia y especulación. Pero como ocurrió en la primera caída de las punto-com y el reciente aumento en el mercado de bienes raíces, los profesionales experimentados parecen estar siguiendo un extraño instinto para alejarse de la ciencia y guiarse solamente por la especulación.

En esta ocasión, la gente que está cayendo en el pensamiento opti-



Gettyimages

mista no son los pequeños inversionistas, sino los capitalistas de riesgo, cuyos cofres se encuentran saturados de dinero de varios fondos de inversión. Muchos de esos profesionales de las finanzas dicen que en esta ocasión todo es diferente.

Más de mil 300 millones de personas en todo el mundo usan la internet, muchas de ellas con rápidas conexiones de banda ancha y voluntad de sumergirse en la cultura digital. El flujo de gasto publicitario hacia la Red se ha convertido en una tendencia invencible y una manera probada en que estas nuevas empresas pueden ganar dinero, mientras que

los modelos de ingresos de las punto-com de hace años eran poco más de ilusiones.

"Los factores ambientales son muy diferentes de lo que eran hace ocho años", dijo Roelof Botha, socio de Sequoia Capital y uno de los primeros inversionistas en YouTube. "El costo de hacer negocios ha caído dramáticamente, y las compañías de medios tradicionales también han despertado a las oportunidades de la Red."

"Eso aumenta la posibilidad de un resultado diferente esta vez", dijo Botha.

Algunos rastrean el inicio de la

nueva burbuja a la compra de la empresa de telefonía por internet Skype, adquirida por eBay en el 2005 por 3 mil 100 millones de dólares. Se dice que la directora general de eBay, Meg Whitman, ganó la subasta al ofrecer más que Google. Este mes, eBay admitió que había pagado una cantidad exagerada por Skype —unos mil 430 millones de dólares de más— y anunció que Niklas Zennstrom, uno de los cofundadores de Skype, dejó la compañía.

La adquisición de YouTube por Google el año pasado a un precio de mil 650 millones de dólares tras una subasta similarmente competitiva puede haber acelerado la transición a valores más altos. Directivos de Google y muchos analistas aseguraron que YouTube valía ese precio si se convertía en el siguiente titán del entretenimiento.

Aún podría ocurrir. Más de 205 millones de personas visitan YouTube cada mes, de acuerdo con la firma de investigación comScore. Aún así, Citigroup recientemente estimó que YouTube obtendrá 135 millones de dólares en ingresos el próximo año. A esa tasa, YouTube tendría que crecer considerablemente para llegar al cinco por ciento de los ingresos totales de Google, de casi 12 mil millones de dólares.

"Casi estamos de regreso en los errores del año 2000", dijo Aaron Kessler, analista de internet en Piper Jaffray. Las compañías de internet "están comprando usuarios en vez de ingresos y rentabilidad", dijo.

La exitosa venta de Skype y YouTube ayudó a dar a la nueva generación de empresarios de internet sueños de improbables riquezas. También trajo de regreso prácticas que aparentemente habían sido desacreditadas durante el primer boom. Por ejemplo, en la primera "fiebre del oro" de las punto-com, las compañías de internet no necesitaban ganar dinero para obtener inversiones cuantiosas. Lo mismo está pasando ahora.

Twitter, una compañía de San Francisco que permite a los usuarios avisarle a sus amigos lo que están haciendo en cualquier momento por medio de teléfonos celulares, recientemente obtuvo una cantidad no revelada como inversión. Su cofundador y director creativo, Biz Stone, dice que la compañía por ahora no está enfocada en ganar dinero, y que nadie en la empresa está siquiera traba-

jando en ver cómo hacerlo.

"Por el momento, estamos enfocados en hacer crecer nuestra red y la experiencia de usuario", dijo. "Cuando tienes mucho tráfico, siempre hay un modelo de negocio claro".

Eso no necesariamente suena ilógico en el clima actual. Un competidor europeo, Jaiku, que tampoco cuenta con un modelo de negocios maduro, fue adquirida la semana pasada por Google por una cantidad no revelada. Con la lógica competitiva que domina a las principales compañías de internet, esa compra puede haber elevado el atractivo de Twitter para los rivales de Google.

El alto precio otorgado a muchas empresas nuevas y los mínimos requerimientos financieros están elevando las expectativas de otros empresarios. Sharon Wienbar, directora administrativa de Scale Ventures Partners, una firma de inversiones, mencionó la valuación de 100 millones de dólares que algunos inversionistas dieron recientemente al sitio de genealogía Geni.com, fundado el año pasado en Los Angeles por un veterano de PayPal.

"Ahora todos los empresarios creen que deben obtener eso", dijo Wienbar.

O'Kelley, el ex directivo de Right Media, dijo que otros empresarios han empezado a creer que el juego de las finanzas da mejores resultados si evitas obtener ganancias —dado que eso sólo limita la imaginación de los inversionistas. "Es una estructura de incentivos perversa, igual que la que había en la primera burbuja", dijo.

Otra compañía que se está beneficiando de la exuberancia es Ning, que permite a los usuarios crear sus propias redes sociales estilo MySpace, sostenidas con anuncios. Recientemente fue valuada por inversionistas en más de 200 millones de dólares, principalmente porque su principal inversionista y fundador, Marc Andreessen, tiene una historia exitosa con las empresas de internet Netscape y Opsware.

Andreessen afirma en su blog que no hay burbuja, y que los altos precios representan un deseo racional de tomar la delantera en los potencialmente enormes mercados del futuro. También dice que las empresas que crean productos masivamente exitosos siempre encuentran la manera de ganar dinero.

Servicio de The New York Times

Da juego mexicano pelea en celulares

► Creador tapatío desarrolla "Peleadores Mexicanos 2008", programa en Java para teléfonos móviles

Jorge Cervantes

¿Te imaginas que al comprar tu celular nuevo ya venga con un juego completamente en español, y con personajes mexicanos, programado por un mexicano?

Eso ya es completamente factible y el sueño de Ricardo Ceballos, ingeniero egresado de la UdeG, es que sus juegos sean jugados por la gente en sus celulares.

Ceballos, fundador de la empresa Ricardosoft, programó y diseñó "Peleadores Mexicanos 2008", un juego de tipo "Street Fighter", asegura que hay mucho talento en México para la programación.

"Creo que hay muchas personas interesadas y muy capaces, sin embargo, a veces los recursos o la motivación económica que propicie estos desarrollos no es suficiente, apenas estamos empezando, y creo que en un futuro se podrían desarrollar programadores de juegos importantes", expresa Ceballos.

"Sucede que al principio, los programadores mexicanos tendrán que empezar con cosas más sencillas, porque el software para diseñar videojuegos es costoso, para programar juegos más complejos, es necesario tener licencias de software y desarrollar cosas más fuertes grandes por los consumidores exigentes", dice.



► Los escenarios se ubican en Veracruz, Quintana Roo, Nayarit, Michoacán y Colima, entre otros estados.

En "Peleadores Mexicanos 2008" los escenarios reflejan a 10 estados de la República: Jalisco, Sinaloa, el DF, Nuevo León, Quintana Roo, Nayarit, Michoacán, Colima, Baja California Norte y Veracruz.

Ricardo explica que se puede jugar en cualquier celular que soporte Java, con pantallas de 128 por 110, pues el juego pesa sólo 512 KB. Asegura que tardó alrededor de un año en programarlo.

Ricardo ha desarrollado bajo la marca Ricardosoft otro juego para celular llamado "Bloques", y que le valió ganar el premio para el mejor juego en la categoría de celulares en noviembre de 2006, en el Concurso Mexicano de Desarrollo y Programación de Videojuegos y Software de Entretenimiento.

En el 2005 Ceballos trabajaba en una empresa de tecnología, de la

cual afirma fue despedido injustificadamente. Y mientras trataba de entrar a una empresa que se dedica a la programación de juegos, descubrió que era capaz de diseñar un juego de principio a fin.

Para el caso de celulares, debido a la sencillez de la plataforma, un individuo o grupo pequeño de personas es capaz de desarrollar un juego completo, sólo es cuestión de creatividad, aseguró el ingeniero.

A Ricardo le gustaría que se comenzaran a comercializar los juegos mexicanos, y que así se vayan abriendo paso los programadores locales.

"Me gustaría alentar a los programadores mexicanos, que se atrevan a hacer un juego desde cero, yo pude lograrlo, mis personajes son muy mexicanos, el público al que va dirigido es mexicano, todos los paisajes son mexicanos, en fin...", expresó.

PRESS START

MARIO LOZANO
press_start@reformamex.com

Todo un shock en el mundo submarino

Bioshock es un increíble juego de disparos en primera persona que nos remonta a finales de los años 50, a una ciudad debajo del mar llamada Rapture, creada por un científico visionario (Andrew Ryan) con la idea de crear el mundo perfecto.

En primera instancia la historia es envolvente, pero lo mejor es que se complementa con el personaje y la gran variedad de armas y habilidades con las que cuenta.

Debido a que estamos en una ciudad única, futurista y avanzada en sus estudios científicos, la gente que vivía en esta "Atlantis" podía mejorar genéticamente su estética, pero sobre, todo llegar a tener habilidades sobrehumanas como lanzar electricidad de sus manos (hagan de cuenta como el Conde Dooku de Star Wars) y hasta tener la habilidad de manipular a las personas para que entre ellas mismas se pelearan.

Todos estos cambios genéticos tuvieron sus efectos secundarios y la gente comenzó a enloquecer al grado de matarse unos a otros.

La pregunta es, ¿qué pasó con esa gran sociedad que prometía un futuro próspero? y ¿qué pasó con Andrew Ryan?

JUGABILIDAD

Este no es un shooter cualquiera, en el que sólo hay que eliminar a lo primero que se mueva; aquí lo chido es la manera en que lo hacemos. Y lo interesante no es la variedad de armas que podemos encontrar, sino las habilidades que esta ciudad dio a sus ciudadanos.



Otro valor agregado con el que cuenta el juego es el sistema de "hack", éste permite abrir cajas fuertes, rebajar precios de artículos e incluso abrir puertas, entre otras cosas.

Este sistema se hace por medio de un puzzle o problema que tenemos que resolver en un tiempo determinado, por ejemplo, solucionar el flujo de un líquido que tiene que llegar de un punto A a uno B, en donde nosotros debemos encontrar las piezas para hacerlo.

GRÁFICAS

Visualmente Bioshock es extraordinario, una delicia para la vista del jugador, un título digno de la siguiente generación.

El puro concepto de una ciudad bajo el mar deja a la imaginación muchas cosas que ni el mejor arquitecto soñó alguna vez. La ciudad refleja perfectamente el arte Decó de los 50s.

En lo personal (como buen diseñador gráfico) creo que el detalle en los dibujos es lo que hace grande a este juego; por ejemplo, cada vez que obtenemos una habilidad, una caricatura en forma de comercial de televisión muestra qué función tiene esa nueva habilidad que adquirimos.

La iconografía del juego es increíble, es una combinación de lo retro con lo actual, y cada una de las habilidades está perfectamente representada.

Ahora, si nos vamos a los elementos, es impresionante ver el detalle y brillo de los materiales, el efecto del agua, las paredes... todo tiene un realismo notable.

VEREDICTO

Si no fuera porque Halo 3 salió al mercado este año, yo le daría a Bioshock el título del juego del año, por su increíble historia, pero sobre todo por su bellos ambientes.

Todo en este mundo es increíble y realmente plasma el futuro que en los años 50s se imaginaba.

Reunirán en expo a gamers 'de corazón'

Jorge Cervantes

Esta semana se llevará a cabo el evento más importante del año en mate-

ria de videojuegos y entretenimiento digital: el Electronic Game Show, del viernes 26 al domingo 28 de octubre en el WTC de la Ciudad de México.

En su sexta versión reunirá a las

empresas involucradas en la distribución, comercialización o producción de videojuegos, con las decenas de miles de gamers aficionados.

Se espera la asistencia de más

de 30 mil personas, y acuden a la cita las principales compañías de videojuegos como Nintendo, Xbox, Playstation y Electronic Arts que presentarán lo mejor y lo más nuevo de su catálogo, además de nuevas empresas en la industria con productos innovadores.

El EGS se ha convertido ya en una tradición. Si eres gamer de cora-

zón, seguro ya estás enterado de que este año se habilitarán 13 mil metros cuadrados de exhibición, torneos, celebridades, presentaciones, lanzamientos y otras maravillas.

El costo de admisión al evento es de 200 pesos. Para obtener más información acerca del EGS 2007 y todas sus promociones visita: www.electronicgameshow.com.