

## LA TEORÍA EN LA PRÁCTICA: LA HISTORIA DE HOTMAIL

La prueba palpable de los pasos que se deben dar para montar un negocio en Internet la protagonizó Sabeer Bhatia, un estudiante de Bangalore, India, quien se incorporó al equipo de Apple Computer después de finalizar sus estudios de ingeniería eléctrica en la Universidad de Stanford (California).

Fue en Apple donde conoció a su amigo Jack Smith. Juntos se reunían para hablar de futuros proyectos de negocio y soñar con ser los nuevos millonarios de Silicon Valley.

Por miedo a que sus superiores les llamasen la atención por emplear su tiempo de trabajo y el correo electrónico (e-mail) de la empresa en proyectos personales, y debido a que las líneas de Apple no les permitían acceder a sus cuentas en el portal de servicios American Online, se les ocurrió crear un sistema de correo en Internet que fuera accesible a través de cualquier ordenador de forma anónima.

Bhatia pensó en un montón de nombres: Speedmail (correo veloz), Hypermail, Supermail... hasta que dio con Hotmail, un nombre perfecto ya que incluía las letras del lenguaje de programación web HTML. Acababa de nacer un mito.

Bhatia y Smith aún tenían dos obstáculos que salvar: en primer lugar la búsqueda de financiación, y, en segundo lugar, proteger su idea. Antes de visitar a los inversores, camuflaron su invento del correo incorporándolo a otro proyecto consistente en una especie de base de datos personal llamada Javasoft, donde el internauta pudiera tener acceso a su agenda diaria, correo y fotos familiares.

Diecinueve empresas de capital riesgo les dieron con las puertas en las narices hasta que, finalmente, consiguieron reunirse con Steve Jurvetson y Tim Draper, de la firma Draper Fisher Jurvetson. Bhatia les habló de la agenda y comentó, de pasada, la idea del correo electrónico. El truco no funcionó. Jurvetson y Draper descartaron la agenda y ofrecieron a Bhatia y Smith 300.000 dólares por un 30% del «Proyecto Correo». Esta cantidad valoraba el negocio en un millón de dólares. Bhatia pidió una valoración de dos millones y, tras la negativa de Tim Draper, Bhatia se fue de la reunión ante el asombro de los asistentes y el cabreo de su colega Jack Smith.

Bhatia no sólo se fue, sino que consiguió su objetivo: al día siguiente Draper Fisher Jurvetson llamó aceptando las condiciones.

El 4 de julio de 1996, Día de la Independencia norteamericana, se lanzaba Hotmail, un producto símbolo a su vez de la libertad en las nuevas telecomunicaciones. El éxito fue inmediato: en una hora ya tenían 100 suscriptores, y en seis meses un millón. En el otoño de 1997 la cifra se había disparado hasta los diez millones de usuarios.

Fue entonces cuando Bill Gates, entonces presidente de Microsoft, se interesó por la compañía que habían fundado Bhatia y Smith. Durante tres meses de negociación, Microsoft pasó de ofrecer 200 millones de dólares a 350 millones para comprar la empresa. Para asombro de todos, Bhatia permanecía impasible y sin ánimo de vender. El día de Nochevieja de 1997 Microsoft lanzó su última oferta: 2.768.148 acciones de Microsoft valoradas en 400 millones de dólares (casi Ochenta mil millones de pesetas) por Hotmail. Bhatia aceptó con la condición de mantener su cargo como presidente de Hotmail durante tres años.

La cifra que pagó Microsoft supuso todo un escándalo, aunque a los ocho meses de la compra Hotmail ya había conseguido triplicar el número de usuarios.

Hoy (en el 2001), cerca de 100 millones de cuentas de correo hacen de Hotmail uno de los productos estrella de Microsoft.

**Azcona, Sergio, Internet de la @ a la Z, Alianza Editorial, Madrid, 2001**