



OPINIÓN

Enrique Dans

Que WhatsApp vale... ¿qué?

No, no se ha equivocado con los ceros. Lo pondré en letra para que no haya dudas: diecinueve mil millones de dólares, cuatro mil millones en metálico y el resto en acciones. Eso es lo que, pendiente de la aprobación de las autoridades, ha ofrecido Facebook por WhatsApp.

Si consideramos los tan solo cincuenta empleados que tiene WhatsApp, Facebook ha pagado unos trescientos ochenta millones de dólares por cada uno. Como pelotazo para su autoestima, no está decididamente nada mal. Considerando los cuatrocientos cincuenta millones de usuarios activos de WhatsApp, Facebook ha pagado unos 42 dólares por usuario. Eso sí, por unos usuarios que mayoritariamente son redundantes porque ya tenían cuenta en Facebook, que como mucho han pagado algo menos de un euro por usar el servicio –los que lo han llegado a pagar– y a los que se ha prometido que el servicio nunca incluiría publicidad.

Las comparaciones con otras transacciones son todavía más alucinógenas, por poner un adjetivo no malsonante: a finales de 2006, Google pagó mil seiscientos millones de dólares por YouTube, en una transacción que, en su momento, no me pareció cara. *El Washington Post*, hace tan solo unos meses, se vendió por 250 millones de dólares: con lo pagado por WhatsApp se podrían comprar setenta y seis periódicos de ese porte. El precio de WhatsApp supone más de dos veces las ventas... ¡pero de la empresa compradora!

No entiendo nada. En mi modesta opinión, WhatsApp es una aplicación de mensajería instantánea mala e insegura, creada por una empresa con una estrategia inconsistente. Un producto perfectamente sustituible y sin una ventaja competitiva consolidada.

Después de más de veinte años analizando Internet y su entorno, he descubierto que no sé nada.

Profesor IE Business School.