

Tirada: 49.455	Expansión	Superficie: 18 cm²	Ocupación: 16,27%	Valor: 1.997,41 €	Página: 15
Difusión: 32.013					
(O.J.D)	Nacional	Diaria			
Audiencia: 112.045	Economía				
(E.G.M)	2ª Edición	03/10/2014			
Ref: 5659420					1 / 1



OPINIÓN

Enrique Dans

El coste de no hacer nada

La historia de PayPal es historia de la web. Fundada en 1998, asoció su popularización al crecimiento del gigante de las subastas eBay, que ante la imposibilidad de superarla con su propio instrumento de pago, terminó por adquirirla en 2002.

El equipo fundador, llamado "PayPal mafia", fue abandonando la compañía. La mayoría siguieron creando empresas, algunas tan míticas como Tesla, LinkedIn, Yelp, Yammer y YouTube. Tres de ellos, Reid Hoffman, Peter Thiel y Elon Musk, son hoy bilionarios.

PayPal se convirtió en un medio de pago muy utilizado en la web. Sin embargo, se vio hipotecado por pertenecer a eBay: empresas rivales veían su expansión con recelo. Además, nunca llegó a plantear con seriedad su salto al mundo físico o al *smartphone*. La sensación era que PayPal, dentro de eBay, era un "talento desaprovechado", incapaz de desarrollarse plenamente, demasiado centrado en la web y con poca ambición.

Esta semana, eBay ha anunciado el *spin-off* de eBay para tratar de competir contra el recién lanzado Apple Pay. Apple, básicamente, ha hecho todos los deberes que PayPal, en todos estos años, ha sido incapaz de hacer. Los primeros rumores de *spin-off* provienen de 2009: la compañía, claramente, necesitaba espacio y aire fresco para poder crear valor.

¿Cuál ha sido el coste de no dejar que PayPal se desarrollase independientemente? Permitir la llegada de un competidor nuevo y potente a un mercado en el que PayPal, como pionera, podría haber tenido una posición dominante.

Si el entorno se mueve a mucha velocidad... cuidado con el coste de no hacer nada.