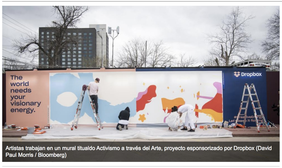
**Directo** Últimas noticias sobre el paradero de Puigdemont, las peticiones de extradición y la situación política en Catalunya

OPV DROPBOX

# Las claves de éxito de Dropbox, que hoy debuta en el Nasdaq

La compañía ha sido valorada en 8.200 millones de dólares



Artistas trabajan en un mural titulado Activismo a través del Arte, proyecto esponsorizado por Dropbox (David Paul Morris / Bloomberg)

Comparte en Facebook  Comparte en Twitter  1

PILAR BLÁZQUEZ
23/03/2016 00:02 | Actualizado a 23/03/2016 15:55

Todo comenzó con un olvido. Hace algo más de una década **Andrew Houston, entonces estudiante del MIT,** se tiraba de los pelos cuando en un viaje de Boston a Nueva York se dio cuenta que había olvidado una memoria usb en casa. **Nunca un olvido ha sido tan provechoso**, la idea que surgió de aquel contratiempo es hoy una de las grandes empresas tecnológicas, tiene más **500 millones de usuarios** y está a punto de debutar en el Nasdaq, la principal bolsa de las empresas tecnológicas, en la que parece ser la mayor oferta pública de venta de acciones del año, según la prensa estadounidense.

El hambre inversora ha quedado patente en los últimos días con un **incremento del precio de lanzamiento de 16 a 21 dólares por acción**. Lo que implica valorar la compañía en 8.200 millones de dólares. Todo un chollo teniendo en cuenta que hace dos años, en la última ronda de financiación, los inversores privados la valoraron en 10.000 de dólares.

## Un negocio en la nube, cuando la nube no era la nube

La historia del éxito de Andrew Houston esta lejos del habitual friki informático encerrado en un garaje que vuelve loco al capital de Silicon Valley. Si Dropbox ha conseguido alzarse hasta el paraíso de los unicornios (así llaman en EEUU a las tecnológicas valoradas por encima de los 100.000 millones) ha sido su capacidad de innovación para resolver problemas reales de sus usuarios.

"En 2007, cuando nació, plantear la idea de trabajar con documentos en la nube era totalmente novedoso. Hoy nos parece muy normal, pero entonces la nube ni siquiera se llamaba así", advierte Enrique Dans, profesor de IE experto en innovación y creación de empresas.

## La prudencia como base del negocio

Pero eso ahora parece tan claro, no lo era tanto en 2007. Entonces Houston tuvo que enfrentarse a quienes cuestionaban que eso de compartir archivos era un problema ya resuelto con discos compartidos o memorias usb. Desoyendo a todos esos agoreros, Dropbox fue construyendo su éxito a contra corriente de las tendencias del mundillo tecnológico.

Houston huyó de los aires de grandeza y de los dispendios que hacían los grandes proyectos tecnológicos de la época.

Instituto de Tecnología de Massachusetts. (Flickr Open document)

Se centró en resolver los problemas reales de sus posibles usuarios. La idea no era del todo novedosa. Aquel día que olvidó su memoria usb, echó de menos y mucho la red de compartir documentos que funcionaba entre los ordenadores del MIT. Todos los alumnos podían acceder a sus documentos desde cualquier terminal conectado a la red de la universidad. Pero la necesidad de compartir documentos no era exclusiva de los estudiantes del MIT, era generalizada. Pensarlo no era fácil, pero ejecutarlo era mucho más complicado. OmniDrive, lo había intentado en 2004, pero en 2008 tiró la toalla incapaz de ofrecer una respuesta eficiente técnicamente.

Dropbox lo consiguió porque evitó los aires de grandeza desde el inicio. Con un equipo muy ajustado de personal, Houston no intentó poner en marcha la inmensidad de su idea. Fue poco a poco. Ofreció la solución más fácil para resolver el problema que sus posible usuarios querían resolver: acceder a los documentos desde cualquier ordenador o dispositivo.

## El gancho de servicio gratis

Lo hizo adaptando la tecnología a todos los sistemas existentes en el mercado y sobre todo implicando a esos posibles seguidores. En los primeros momentos, lanzó un vídeo explicando el funcionamiento de Dropbox e invitando a los usuarios a probar la demo. En un solo día la lista de peticiones pasó de 5.000 a 75.000. La compañía adaptó el producto en función del feedback recibido.

Y es que Houston tuvo claro que lo más importante del negocio era que la gente lo conociera y por ello comenzó ofreciendo dos gigas de almacenamiento gratis. El resto de prestaciones eran de pago. La filosofía no ha cambiado desde entonces, y ahora a pesar de que los dos primeros gigas son gratis, usuarios particulares y empresas no tienen reparos en pagar por todos los servicios adicionales que ofrece Dropbox, compartir documentos, trabajar online, envío de alertas, organización del trabajo.

Las publicaciones tecnológicas de Estados Unidos han calificado a Dropbox como el caso de éxito de un servicio freemium más grande de la historia de Internet.

## El éxito del boca a boca

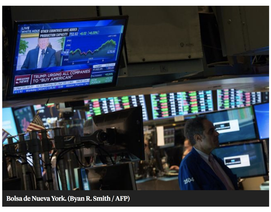
"Ha implantado una filosofía nueva en el mundo del trabajo particular y de empresas que resulta muy eficiente para sus usuarios. Y eso solo ha sido posible por una excelente estructura interna que fomenta la innovación entre todos sus trabajadores", explica Enrique Dans.

Pero si hay algo que Dropbox ha bordado ha sido la eficiencia de marketing de recomendación. Houston sabe que lo gratis gusta y su producto engancha. Con esos dos elementos hizo una combinación perfecta, los dos gigas de almacenamiento gratis se podían ampliar invitado a un amigo a que se conectará. La difusión del negocio por parte de los usuarios estaba más que asegurada. Este esquema de aumentar la base de usuarios fue lo mejor que le pasó a Dropbox porque creció a 100 millones de usuarios en los primeros 4 años.

> "todas las compañías deben tener un control total sobre procesos que son claves de su negocio"
>
> ENRIQUE DANS
> Profesor IE

Pero había un problema desde el inicio la seguridad. En 2007 hablar de guardar los documentos en algún lugar llamado nube que nadie conocía era un acto de fe. Y eso que los usuarios apenas eran conscientes de que sus archivos estaban guardados en servidores de Amazon que era sobre los que Dropbox había montado toda su estructura.

En 2014 se dieron cuenta que una empresa de almacenamiento no podía tener la base de su negocio fuera. Amazon tenía la capacidad de cortarles el acceso en cualquier momento a la base de su negocio e incluso replicarlo sin problemas. "Fue entonces cuando, entre 2014 y 2016 abordaron el titánico reto de migrar todo el negocio de los contenidos de Amazon a sus propios servidores. Una decisión de éxito porque todas las compañías deben tener un control total sobre procesos que son claves de su negocio", explica el profesor Dans a La Vanguardia basándose en un profundo análisis de la estrategia realizado en su blog personal.


Bolsa de Nueva York. (Ryan R. Smith / AFP)

Sobre estas bases no es de extrañar que Dropbox haya atraído durante los 10 últimos años a los inversores más granados de Silicon Valley. Es una de las compañías estrella de la famosa incubadora YCombinator que también está detrás del éxito de compañías como Airbnb. El principal accionista después de Andrew Houston es la compañía de capital riesgo Sequoia.

Quienes mañana compren sus acciones, tendrán en sus manos una compañía a la que le queda mucho por hacer o al menos por explotar. Y es que la variedad de servicios a los que las empresas pueden acceder para mejorar sistemas de trabajo y productividad es todavía una mina de oro que la mayoría del público desconoce.

Temas relacionados : Empresas tecnológicas  Bolsa  MIT  Amazon  Inflación  Airbnb

Comparte en Facebook  Comparte en Twitter  1

PILAR BLÁZQUEZ

Normas de participación

**Más noticias**

Las 17 contundentes frases que han llevado a la cárcel a los dirigentes del 'procés'

Carles Puigdemont ya no está en Finlandia y cooperará con las autoridades belgas

El tribunal deja libres sin fianza a Urdangarin y Torres

Directos a tu necesen: los cosméticos en talla mini que podrás llevar en tu maleta

Golpe de teatro de Vettel ante Hamilton; Alonso sorprende y Sainz puntúa

Vacilada de Alonso a su ingeniero en plena carrera

**Últimas noticias**

Messi vuelve a entrenarse con Argentina


© La Vanguardia Ediciones Todos los derechos reservados