

El buscador más utilizado del mundo quiere ahora convertirse en un medio de comunicación masivo. Para ello ha lanzado el servicio gratuito de 'e-mail' más avanzado de la red.

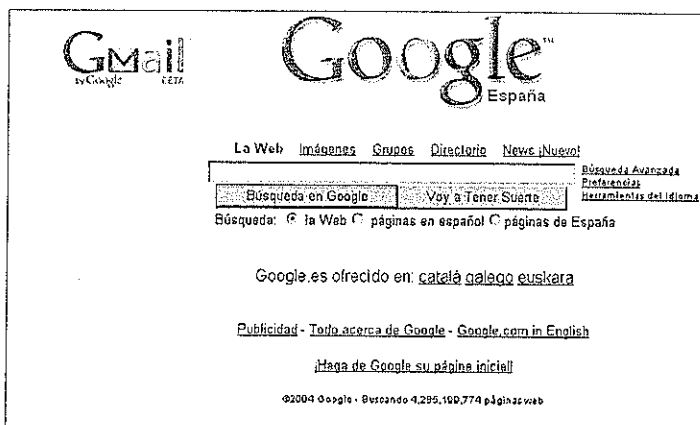
Google quiere ser el centro del universo online

Un análisis de Noemí Gómez

El buscador más utilizado del mundo, anunció el pasado jueves que estaba realizando las pruebas iniciales de un nuevo servicio gratuito de correo electrónico, que será bautizado como Gmail. La principal novedad de este servicio es que Google ofrecerá una capacidad de almacenamiento de un gigabyte, que equivale a 1.064 megabytes; organizará automáticamente los mensajes por asunto y permitirá a los internautas buscar en sus correos por remitente, palabras clave y asunto. Además, gracias a la enorme capacidad de almacenamiento que ofrece, los usuarios tendrán que despreocuparse de ir borrando correos conforme su cuenta de e-mail se va saturando.

Miguel de Reina, máximo responsable de Google en España, asegura que "la misión de la compañía siempre ha sido ayudar al usuario a organizar la información y hacerla accesible y útil. Y, en este sentido, el lanzamiento del servicio de e-mail es fiel a esa misión". Enrique Dans, director del Área de Sistemas y Tecnologías del Instituto de Empresa, asegura que el nuevo lanzamiento de Google es una evolución natural de su negocio. "La compañía se plantea que si los internautas ya utilizan la herramienta de Google para buscar información que está en Internet, por qué no hacer lo mismo con la información de sus correos".

El anuncio ha conmocionado a los rivales de Google, como Yahoo! y MSN, filial de Internet de Microsoft, que temen que el buscador trate de repetir en el negocio del correo electrónico el éxito conseguido en el mercado de las búsquedas. Sobre todo, teniendo en cuenta que la capacidad de almacenamiento que ofrece Google es muy superior a la de Yahoo! y MSN, cuyos servicios de correo electrónico tan sólo ofrecen de forma gratuita 4 megabytes y 2 megabytes, respectivamente. Si los usuarios de Yahoo! o Microsoft requieren de más capacidad tienen que pagar una cuota anual, que va desde los 19,99 euros por una capacidad de 10 megabytes, en el caso de MSN, y de 16 euros por una capacidad de 25 megas, en el caso de Yahoo!. Si no se cobra al usuario final, ¿cómo va a conseguir Google rentabilizar este negocio? Del



El órdago del buscador

- El buscador más utilizado del mundo está realizando las pruebas iniciales de un nuevo servicio gratuito de correo electrónico, que será bautizado como Gmail.
- Gmail ofrecerá una capacidad de almacenamiento de un gigabyte, que equivale a 1.064 megabytes. El servicio gratuito de Yahoo! y MSN permiten 4 megabytes y 2 megabytes, respectivamente.

mismo modo que lo hace con el buscador, es decir, incluyendo publicidad patrocinada claramente diferenciada. Google, que en la actualidad utiliza la herramienta AdSense para administrar

Una red de alto voltaje

Una de las dudas que ha generado el nuevo servicio de Google es si tecnológicamente es posible soportar tanta capacidad de almacenamiento. Miguel de Reina, máximo responsable del buscador en España, asegura que "Google dispone de la mayor red informática del mundo al contar con 10.000 servidores. Por eso, la compañía va a utilizar su actual capacidad para dar el nuevo servicio de correo electrónico". De Reina asegura que "esto hace que nuestra apuesta sea difícilmente replicable en el corto plazo por parte de otros competidores".

publicidad en función de la búsqueda que realiza el usuario, va a aplicar la misma tecnología a Gmail. De esta forma, AdSense distribuirá publicidad en función del contenido del mensaje de correo electrónico. Si un usuario, por ejemplo, recibe un correo de un amigo diciéndole que le va a regalar una caja de bombones, la tecnología de Google rastreará el contenido del e-mail y al detectar las palabras clave adjuntará a la derecha del correo enlaces que pagan los anunciantes relacionados con los bombones.

La decisión de Google ha cogido desprevenidos a Yahoo! y MSN, que estaban desarrollando su propio buscador para plantar cara a Google. Por eso, lo que no esperaban es que Google se atreviera a competir con ellos en un mercado como el del e-mail donde su dominio es absoluto. Según datos de la consultora comScore Media Metrix, Yahoo! domina el mercado con 52,6 millones de usuarios únicos al mes de su servicio de correo electrónico en Estados Unidos. Le sigue Hotmail, de MSN, con 45,4 millones de usuarios, y AOL, con 40,2 millones. Dans asegura que "además de buscar, lo que más hacen los internautas es utilizar el correo electrónico, por eso, Google se quiere posicionar también ahí. En definitiva, todos los grandes gigantes de Internet tratan de conquistar la mayor cuota posible del usuario, es decir, que el internauta permanezca con la misma compañía el mayor tiempo posible".