

| | | | | | |
|---------------------------|-------------------|--|--------------------------|------------------------|------------------|
| Tirada: 79.836 | Expansión | Superficie: 558,00 cm² | Ocupación: 49.34% | Valor: 6.118,75 | Página: 7 |
| Difusión: 51.293 | | | | | |
| (O.J.D) | Economico | Diaria | | | |
| Audiencia: 179.526 | Economía | | | | |
| (E.G.M) | 2ª Edición | 08/01/2010 | | | |
| Ref: 2897204 | | | | | |



DIGITECH

Google y Apple colisionan y auguran la próxima gran batalla tecnológica

RIVALIDAD/ La coexistencia pacífica ha dado paso al enfrentamiento. A pesar de sus distintos modelos de negocio, ahora compiten en móviles, navegadores, sistemas operativos y, muy pronto, en publicidad.

ENEMIGOS

La lista de competidores de Google no deja de crecer. Antes de Apple, el gigante de Internet competía con **Microsoft** y **Yahoo!**. También pone nerviosos a los fabricantes de navegadores y a las operadoras de telecomunicaciones.

M.Prieto, Madrid

Google y Microsoft han librado en los últimos años una de las grandes batallas tecnológicas. Sin embargo, el gigante de Internet tiene un nuevo rival en el cuadrilátero: Apple. Dos de las compañías más innovadoras de Silicon Valley, que más han influido en la evolución de la tecnología en la última década y cuya cotización mejor se comporta han colisionado. Su enfrentamiento podría eclipsar el protagonizado por Google/Microsoft en los últimos años.

La salida en agosto de Eric Schmidt, consejero delegado de Google, del consejo de administración de Apple, puso fin a los lazos de amistad entre ambas. "Desafortunadamente, dado que Google compite en negocios donde está Apple, por ejemplo con *Android* y *Chrome OS*, la utilidad de Eric en el consejo de Apple era cada vez menor. Tenía que renunciar a participar en cada vez más reuniones debido a conflictos de interés", reconoce entonces Steve Jobs, consejero delegado de Apple.

La presentación esta semana por parte de Google de su primer móvil inteligente, *Nexus One*, es un claro órdago al



Eric Schmidt, de Google.

Choque de titanes

- Apple (36.500 millones de dólares de facturación) y Google (22.000 millones de dólares) son dos de los titanes del sector.
- Hasta hace poco, coexistían pacíficamente y compartían consejeros.
- Ahora, sus negocios colisionan en aspectos como los móviles, los sistemas operativos, los navegadores y, en el futuro, la publicidad en el móvil.

iPhone, el terminal con el que Apple ha redefinido el mercado de la telefonía móvil. Ya antes, el sistema operativo que utiliza *Nexus One*, *Android*, había creado un nuevo mercado de competidores del *iPhone*, con modelos de fabricantes como HTC, Samsung o Motorola.

Asimismo, se está generando un universo de aplicaciones para *Android*, siguiendo la estela marcada por Apple, que ha sido capaz de impulsar una comunidad de desarrolladores que han creado 100.000

programas para el *iPhone*, una cifra que podría alcanzar los 300.000 a finales de este año, según IDC. Esta consultora estima que este año la tienda *Android* podría llegar a las 75.000 aplicaciones, frente a las 10.000 de la actualidad.

Pero no es el único punto donde se enfrentan ambas compañías. Google ha anunciado que este año presentará su propio sistema operativo, *Chrome OS*, que propugna un nuevo modelo de informática donde un ligero sistema basado en el navegador da acceso a



Steve Jobs, de Apple.

un universo de aplicaciones en Internet. Ya antes, el navegador de Google *Chrome* competía, entre otros, con el *Safari* de Apple. Precisamente, hace poco, la propuesta del gigante de Internet adelantó en número de usuarios al navegador de la manzana.

Y, en pocos meses, puede que Apple y Google también se enfrenten con sendos modelos de ordenadores *tablet*, si se confirman los crecientes rumores de la industria.

Sin embargo, los modelos de ambas compañías siguen

siendo muy diferentes. "No veo ningún cambio en el modelo de negocio de Google o Apple, a pesar de los solapes que se puedan dar", opina Enrique Dans, profesor del Instituto de Empresa.

Publicidad 'vs' hardware

Google, cuyos ingresos dependen de la publicidad, no está interesada en hacer dinero vendiendo hardware (la fabricación del *Nexus One* la ha subcontratado a HTC). Tampoco pretende vender licencias de sistemas operativos, por eso, opta por el software abierto. Sí ve un negocio potencial, sin embargo, en la comercialización de aplicaciones en Internet, como ya hace con *Google Apps*.

¿Por qué decide crear nuevos sistemas operativos o lanzar su propio móvil? Su objetivo es que cada vez más personas naveguen más tiempo por Internet, con un acceso fácil a sus servicios, también desde el móvil. "Cuanto más navegas, más dinero gana Google", resume Dans.

De ahí su interés en redefinir el segmento del Internet móvil. No sólo lanzando su propio terminal marca *Google*, sino también mediante la ad-

quisición de empresas como Gizmo5. Con esta compra, podría lograr que *Google Voice* permita, como en el caso de Skype, la comunicación desde el móvil o el ordenador vía Internet, saltándose así a las operadoras. El negocio de Apple descansa, sobre todo, en diseñar dispositivos lo suficientemente atractivos para mantener márgenes mayores a los habituales en la industria del hardware. En su modelo, es crucial tener un ecosistema propietario y muy controlado.

Google tiene claro que la publicidad en el móvil será un negocio creciente. Por ello, adquirió recientemente AdMob por 750 millones de dólares (523 millones de euros). Pero Apple también ha decidido entrar por primera vez en su historia en el negocio publicitario y, esta semana, ha comprado Quattro Wireless, una compañía de publicidad en Internet, por 275 millones de dólares. Con ella, podría distribuir publicidad en el *iPhone*.