

La compañía se replantea su estrategia para centrarse en los servicios en internet

Microsoft hace autocrítica para no perder el tren de la innovación

LUZ FERNÁNDEZ / MAR JIMÉNEZ Madrid

Una nueva vida ha empezado para Microsoft. El gigante del software no está dispuesto a perder ni un solo bit de su consolidado reino, que poco a poco ha visto invadido por nuevos líderes con sabia renovada que han puesto en evidencia su escasa capacidad de innovación durante los últimos años. Sus ojos han visto como se le adelantaban Skype con la telefonía por internet gratuita, Google haciendo de las búsquedas un filón muy rentable o Apple transformándose en la referencia de los jóvenes por su visión de la era digital de la música.

A sus 30 años, la compañía de Bill Gates parecía no saber salir de su viejo modelo de negocio centrado en el PC más que en internet. Hasta que llegó Ray Ozzie, el fundador de Lotus y un genio para muchos, que se ha convertido en el nuevo visionario de Microsoft. Ozzie ha puesto un espejo delante de la compañía al criticar con fuerza su falta de visión en un informe titulado *Los problemas de los Servicios de Internet*, que *Financial Times* ha hecho público esta semana.

El documento evidencia la falta de respuesta ante los cambios provocados por la banda ancha, las redes inalámbricas y los servicios web. "Está claro que si no conseguimos reaccionar rápidamente nuestra empresa saldrá perjudicada", dice Ozzie. Y parece que la reacción ya ha empezado. Microsoft presentó el Windows Live y anunció para 2006 el Office Live, que más que productos de software en sí son servicios basados en internet, un giro estratégico sin precedentes en la compañía. La nueva oferta de Microsoft quiere complementar

a sus productos de toda la vida con una oferta de aplicaciones, como el correo electrónico o mensajería instantánea que residen en la web (en live.com). También refuerza sus soluciones para pymes, con una oferta gratuita de servicios, como el de alojamiento de páginas web, combinados con aplicaciones de pago como las de gestión de clientes o facturación.

"Microsoft ha sido consciente de que los usuarios ya no viven en un PC, sino en un ecosistema de máquinas enganchadas a la red desde las que consultar tu correo o agenda, por ejemplo, o compartir información", explica Enrique Dans, profesor del Instituto de Empresa. Con su estrategia Live, la compañía está probando el modelo de negocio de pago por uso y financiación por publicidad, que viene a sustituir a su vigente sistema de licencias y actualizaciones.

Además, el anuncio supone la puesta al día de Microsoft en tecnologías como Ajax y RSS, que son consideradas clave para la siguiente generación de los servicios de internet. Básicamente lo que permiten es una interacción más rica con el usuario, personalizar los contenidos web agregando datos de una página a otra, redefinir las funciones de una web y actualizar de una manera fácil y constante los servicios.

Live.com es la puerta de entrada a Windows Live, donde el usuario puede ver el resultado de la aplicación de estas nuevas tecnologías, aunque se encuentra en fase de pruebas. La idea de Microsoft es que este portal sea como el escritorio en internet del usuario. Una de las novedades más atractivas es la posibilidad de que cualquier desarrollador cree aplicaciones para Windows Live. El usuario que acceda a microsoft-



Bill Gates, presidente de Microsoft, ha puesto en marcha su visión del software como servicio. BLOOMBERG

COMPARATIVA Windows Live se parece a MSN

MSN/LO DE SIEMPRE

START.COM Es el servicio de agregación de contenidos que se empezó a probar a principios de año. Tiene exactamente el mismo formato que Live.com, pero con más contenidos españoles y locales.

HOTMAIL Es el servicio de correo web más utilizado de internet con 200 millones de usuarios. Va a ser la base para el nuevo servicio de correo y acabará perdiendo su nombre.

MSN MESSENGER El sistema de mensajería instantánea, muy ligado a los usuarios de Hotmail. Su siguiente versión tendrá ya el nombre de Live.

MSN SPACES Servicio de blogs de MSN que lanzó hace un año para competir con Blogger y Blogspot.

LIVE/LO NUEVO

LIVE.COM Quiere ser el punto de entrada a internet desde donde acceder a contenidos y funciones seleccionados por el propio usuario, además de a sus servicios de correo, mensajería o blogs.

LIVE MAIL De momento no es más que un punto de acceso a Hotmail, con una vista previa más ordenada. Se esperan nuevas funciones y un diseño más parecido a Outlook.

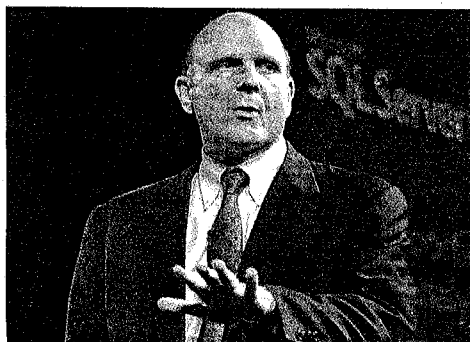
LIVE MESSENGER Por ahora es el mismo de MSN, pero en breve va a añadir opciones de telefonía IP entre PC y de PC a teléfono; y redes sociales.

LIVE SPACES Sin diferencias con su predecesor, pero la compañía ha anunciado novedades para este año.

gadgets.com puede descargar funcionalidades gratuitas, como un programa que da la última hora del tráfico en Seattle o complementos para la videoconsola Xbox o la tienda de música iTunes de Apple para ser incorporada en su configuración personal de Live.com.

La parte más decepcionante son las pruebas de Windows Live Mail o Windows Live Messenger. A pesar de que la compañía insiste en que estos servicios son más que un cambio de nombre de los de MSN, la diferencia para el usuario español, de momento, es inapreciable. "MSN y Windows Live son dos entornos complementarios. Live permite que el usuario pueda hacer converger distintos contenidos y servicios, muchos de los cuales sabemos serán, entre otros, de MSN", explica Enrique Fernández-Laguilhoat, director de Marketing de Microsoft.

La duda que surge es si tendrá sentido mantener dos webs con servicios idénticos. "MSN se mantendrá como un portal de toda la vida, mientras que Live.com responderá al nuevo modelo de *móntatelo tu mismo* donde el usuario integra los contenidos y servicios que le interesan", opina Dans.



Steve Ballmer, consejero delegado de Microsoft. REUTERS

Por fin, la nueva base de datos SQL

Cinco años han sido necesarios para que Microsoft renovase su oferta en base de datos. La espera tuvo su punto y final el pasado lunes cuando se presentó la versión 2005 de SQL Server y sus correspondientes herramientas de programación Visual Studio 2005. "Ha tardado un poco en llegar. Reconozco que sería apropiado un ciclo de renovación más rápido", bro-

meó Steve Ballmer, consejero delegado de Microsoft, que fue el encargado en presentar las cuatro variantes de su nuevo SQL Server.

Entre ellas destaca, la edición Express por ofrecerse de manera gratuita, conjuntamente con una versión de Visual Studio que costará 49 dólares. Con este anuncio, Microsoft se ha adelantado a Oracle, quien ya había dicho una

semana antes que estaba preparando una versión gratuita de su base de datos.

Y es que Ballmer no hacía chistes cuando recalca que la nueva versión de SQL y su conjunto de software va a ser un importante impulso para mejorar su posición en las grandes corporaciones más allá del segmento del PC. La compañía de Gates quiere acor-

tar distancias con sus rivales IBM y Oracle en un terreno que no es donde mejor se mueve.

Los datos de 2004 de la consultora IDC muestran que Oracle lidera el segmento de bases de datos con un 41% de cuota mercado y le sigue IBM con una penetración del 31%. Microsoft ocupa la tercera posición, pero con una cuota de tan sólo el 13%.